

## Resepsi Penonton terhadap Media dalam Serial “Vincenzo”

R.A. Vita Astuti<sup>1</sup>, Grace Paramitha<sup>2</sup>, Mardyaning Cahyarani<sup>3</sup>

<sup>123</sup>Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Yogyakarta

<sup>1</sup>Email: ra.vita@uajy.ac.id

Submitted : 23 Juni 2022,

Accepted : 25 Juli 2022,

Published : 30 Juli 2022,

### ABSTRAK

Serial televisi atau drama televisi merupakan sebuah media yang memiliki fungsi sebagai hiburan dan juga dapat menggambarkan sebuah realitas yang ada atau membentuk sebuah realitas. Drama televisi sebagai media massa dapat memberikan efek bagi para penontonnya, salah satunya adalah persepsi yang dibentuk oleh jalan cerita. Drama Korea Vincenzo (2021) menayangkan mengenai bagaimana media bekerja, dan hal tersebut dapat membentuk persepsi penonton akan cara kerja media. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan resepsi para penonton tentang media pada drama Korea Vincenzo yang dianalisis memakai teori resepsi Stuart Hall. Penelitian ini berjenis deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner bagi responden yang sudah menonton. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa media dimaknai secara berbeda-beda oleh setiap penontonnya tergantung oleh latar belakang dari responden. Respon dari responden juga menunjukkan bahwa khalayak sudah memahami kode etik jurnalistik, ketika mereka dapat memetakan jawaban sesuai dengan kode etik yang berlaku.

**Kata-kata Kunci:** penonton, resepsi, media, drama Korea

### *Audience Reception on Media in “Vincenzo” Series*

### ABSTRACT

*A Television series or television drama is a medium that has a function as entertainment and can also describe an existing reality or form a reality. Television drama as a mass media can have an effect on the audience, one of which is the perception formed by the storyline. The Korean drama “Vincenzo ” (2021) tells how the media works, and it can shape the audience's perception on media. This study aims to determine and describe the audience's reception about the media in the Korean drama "Vincenzo " which was analyzed using Stuart Hall's reception theory. This research is a qualitative descriptive type with data collection methods through questionnaires for respondents who have watched the series. The results of this study indicate that the media is interpreted differently by each audience depending on the background of the respondents. Responses from respondents also show that the audiences have understood the journalistic code of ethics when they can map out answers in accordance with the applicable code of ethics.*

**Keywords:** audience, reception, media, Korean drama.

**Korespondensi:** R.A. Vita Astuti, Ph.D. FISIP, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Jl. Babarsari No. 6, Yogyakarta 55281. Email: ra.vita@uajy.ac.id

Resepsi Penonton terhadap Media dalam Serial “Vincenzo”  
(R.A. Vita Astuti, Grace Paramitha, Mardyaning Cahyarani)

<http://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>

## PENDAHULUAN

Korean wave atau Hallyu merupakan sebuah istilah yang menggambarkan adanya penyebaran budaya populer yang berasal dari Korea Selatan secara global termasuk salah satunya adalah Indonesia (Suryanti, 2014). Korean wave pada dasarnya memang sudah dipersiapkan secara matang oleh pemerintah Korea Selatan untuk dapat menembus pasar dunia hiburan internasional. Hal ini dapat diketahui sejak pemerintahan Presiden Kim Dae Jung yang memerintah tahun 1993-1998 yang memiliki semangat untuk merubah citra Korea Selatan menjadi bangsa yang baru dan modern (Putri, 2019). Keberhasilan Korean wave untuk dapat menembus pasar internasional tentunya melewati berbagai macam rintangan dan hambatan, hal ini dikarenakan adanya persaingan yang cukup ketat, misalnya saja Korean Wave harus dapat bersaing dengan produk hiburan negara-negara Barat (Westernisasi) yang sudah lebih dahulu berhasil menguasai dunia hiburan global. Namun pada kenyataannya secara perlahan Korean Wave semakin berkembang dan menjadi sorotan di berbagai negara, tidak hanya sebatas negara di bagian Asia saja namun Korean wave sudah mulai berhasil menembus negara Barat dan sekitarnya.

Bentuk penyebaran Korean wave melalui budaya populer seperti musik (Kpop), film, drama Korea (drakor), fashion, bahasa, makanan, serta kecanggihan teknologi (Larasati, 2018). Di Indonesia, drama Korea mulai berkembang sekitar tahun 2002 yang diawali dari adanya penayangan drama Korea berjudul *Mother's Sea* dan kemudian disusul dengan penayangan drama *Endless Love* dan beberapa drama lainnya (Putri, 2019). Drama Korea *Endless Love* ternyata menjadi awalan dari berkembangnya Korean Wave yang ada di Indonesia, hal ini dikarenakan tayangan drama *Endless Love* mendapatkan respon baik dari masyarakat Indonesia dan sempat mendapatkan rating yang cukup tinggi dalam masa penayangannya (Putri, 2019). Seiring berkembangnya zaman, tayangan drama Korea di Indonesia menjadi semakin mudah untuk diakses oleh masyarakat misalnya saja dengan memanfaatkan beragam aplikasi streaming, seperti Netflix, Viu, iQIYI, dan WeTV. Menurut survey yang dilakukan oleh Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) menunjukkan bahwa dari 924 responden terdapat 842 responden yang mengaku mulai menonton tayangan drama Korea terutama pada masa pandemi COVID-19, dan ditemukan juga bahwa dari 842 responden terdapat 41,3% yang mengaku menonton drama Korea lebih dari enam kali dalam jangka waktu seminggu. Adanya lonjakan penonton drama Korea membuktikan bahwa drama Korea sudah berhasil menarik

perhatian masyarakat Indonesia. Alur cerita yang menarik dan beragam merupakan salah satu alasan yang mendorong drama Korea banyak diminati oleh masyarakat. Drama Korea yang memiliki alur cerita seperti sejarah, kehidupan sehari-hari dan kisah romantis antara sepasang kekasih sangat menarik perhatian penonton namun terlepas dari beberapa alur cerita tersebut perkembangan alur cerita drama Korea akan terus berkembang. Menurut Kartikasari (2020), drama Korea tidak hanya menyajikan genre romansa saja, namun berbagai cerita mengenai dunia media yang sesungguhnya dan masih belum banyak diketahui oleh masyarakat juga seringkali ditampilkan dalam drama Korea misalnya, seperti drama *Pinocchio* (2014), *The Producers* (2015), *Jealousy Incarnate* (2016), *Big Issue* (2019), dan yang terbaru adalah drama Korea *Vincenzo* (2021).

Seri televisi atau drama televisi merupakan sebuah media yang memiliki fungsi sebagai hiburan. Drama televisi dapat diciptakan untuk menggambarkan sebuah realitas yang ada atau dapat juga digunakan untuk membentuk sebuah realitas (Fais dkk, 2019). Drama televisi sebagai media massa tentunya dapat memberikan efek bagi para penontonnya, salah satunya adalah persepsi (Fais dkk, 2019). Jalan cerita yang ditayangkan dalam sebuah drama dapat membentuk opini dan persepsi penonton.

Drama Korea merupakan sebuah tayangan yang berisi kisah pendek dan biasanya memiliki durasi satu hingga dua jam setiap episodenya. Dalam penayangannya, drama Korea biasanya hanya membutuhkan waktu selama beberapa minggu atau beberapa bulan. Kisah yang diangkat dalam drama Korea biasanya berupa cerita fiksi, kisah romansa, fakta sejarah, drama keluarga, thriller, serta komedi (Ardia, 2014). Drama Korea yang semakin populer dapat memperluas jangkauan pasar yang mana tidak hanya dapat diakses secara regional saja, melainkan sudah dapat diakses secara internasional oleh berbagai negara. Hal ini membuat drama Korea semakin berkembang dan memberikan kontribusi keuntungan yang besar bagi negara Korea Selatan (Ardia, 2014). Drama Korea yang semakin banyak digemari membuat adanya kompetisi yang ketat antar jaringan televisi supaya dapat menyaingi drama Korea dengan jalan cerita yang menarik dan dapat memperoleh rating yang tinggi. Adanya konsumsi drama Korea yang semakin meningkat membuat drama Korea menjadi salah satu proses terbentuknya budaya populer, yang mana drama Korea akan menjadi sebuah kebutuhan masyarakat yang harus dipenuhi (Ardia, 2014).

Drama Korea Vincenzo menayangkan mengenai bagaimana media bekerja, dan hal tersebut dapat membentuk persepsi penonton akan cara kerja media. Pesan-pesan yang ditampilkan dalam drama Korea Vincenzo dapat diterima dan dimaknai secara beragam oleh para penontonnya. Penerimaan pesan dalam drama Korea Vincenzo dapat dikaji menggunakan analisis resepsi. Analisis resepsi adalah studi khalayak yang menganalisis mengenai penerimaan serta pemaknaan pesan oleh khalayak serta peranan pesan yang diterima oleh khalayak melalui media yang dilihatnya (Tunshorin, 2016). Menurut Littlejohn (2009 dalam Tunshorin, 2016), khalayak memiliki kebebasan dalam memaknai isi pesan yang ditampilkan oleh media. Maka, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan resepsi para penonton drama Korea Vincenzo terhadap drama Korea Vincenzo.

Vincenzo merupakan sebuah seri televisi atau drama yang berasal dari Korea Selatan yang ditayangkan setiap hari Sabtu dan Minggu di stasiun televisi tvN Korea pada 20 Februari 2021 hingga 2 Mei 2021, menggantikan drama sebelumnya yaitu Mr. Queen. Jumlah episode drama Vincenzo tergolong cukup berbeda dari drama Korea biasanya karena drama Korea rata-rata hanya memiliki 16 episode namun drama Vincenzo memiliki 20 episode. Jalan cerita drama Korea Vincenzo ditulis oleh penulis Park Jae Bum dan disutradarai oleh Kim Hee Won. Drama Korea Vincenzo diperankan oleh tiga pemeran utama yaitu Song Joong Ki sebagai Vincenzo Cassano, Jeon Yeo Bin sebagai Hong Cha Young, dan Ok TaecYeon sebagai Jang Joon Woo. Selain ketiga aktor utama tersebut, drama Korea Vincenzo juga melibatkan beberapa aktor serta aktris lainnya yaitu Kim Yeon Jin sebagai Choi Myung Hee, Jo Han Chul sebagai Han Seung Hyeok, Kwak Dong Yeon sebagai Jang Han Seo, Yoon Byung Hee sebagai Nam Joo Sung serta aktor dan aktris lainnya (AsianWiki, 2021).

Drama Vincenzo diperankan oleh Song Joong Ki sebagai Vincenzo Cassano dan Jeon Yeo Bin sebagai Hong Cha Young. Berdasarkan data yang tercatat di AsianWiki, selama penayangannya, Vincenzo berhasil meraih rating rata-rata sebesar 10,440% secara nasional dan 11,569% di Seoul (AsianWiki, 2021). Berdasarkan data dari Nielsen Korea Selatan, selama masa penayangannya, drama Korea Vincenzo sering kali menempati urutan pertama dalam “Top 10 household viewership ratings” dan “Top 10 viewers” pada bulan Maret hingga April 2021. Vincenzo juga menjadi drama Korea yang paling banyak ditonton di situs menonton film Netflix (Astari, 2021). Vincenzo menempati urutan pertama mengalahkan drama Korea lainnya seperti It’s Okay to Not Be Okay, Start Up, The King: Eternal Monarch, dan Crash

Landing on You (FlixPatrol dalam Astari, 2021). Menurut Good Data Corporation, beberapa pemain drama Korea Vincenzo menempati posisi atas sebagai aktor drama paling populer pada minggu terakhir bulan April 2021 (Soompi dalam Astari, 2021).

Khalayak yang menjadi responden penelitian ini adalah masyarakat Indonesia yang pernah menonton drama Korea Vincenzo. Penelitian ini memakai dasar analisis pengetahuan dan pemahaman responden tentang dunia media dan kode etik jurnalistik Indonesia. Secara umum, kode etik jurnalistik merupakan suatu landasan bagi para wartawan dalam menjalankan tugas jurnalistiknya. Kode etik jurnalistik berisi aturan-aturan mengenai apa yang seharusnya dilakukan dan tidak dilakukan oleh seorang wartawan. Kode etik jurnalistik mengatur bagaimana norma-norma dan profesionalisme kerja wartawan ketika menyampaikan sebuah berita (Takalelumang dkk, 2019). Singkatnya, kode etik jurnalistik merupakan kumpulan etika yang ada di bidang jurnalistik dan dibuat oleh, dari, dan untuk para jurnalis (wartawan) serta hanya berlaku di kalangan jurnalis (wartawan). Sesungguhnya, setiap profesi membutuhkan adanya kode etik untuk mengatur setiap tindakan dan sebagai pedoman moral dalam melakukan tugasnya (Takalelumang dkk, 2019). Isi dari kode etik jurnalistik menjadi pertimbangan, perhatian atau penalaran moral dari profesi wartawan, serta berisi hak dan kewajiban dari seorang wartawan. Kode etik jurnalistik dibuat dengan berlandaskan pada kepentingan publik (Pratama, 2020).

Media berasal dari bahasa latin yaitu medius. Medius berarti pengantar atau perantara. Secara etimologi, media dapat juga diartikan sebagai bentuk jamak dari medium yang berarti perantara atau pengantar (Tysara, 2021). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, media adalah alat atau sarana komunikasi seperti televisi, koran, radio, majalah, film, dan poster. Singkatnya, media adalah alat atau sarana komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan sebuah informasi atau pesan. Media dapat memengaruhi pemikiran, perasaan, minat, perilaku dan perhatian seseorang. Media juga dapat digunakan untuk menambah pengetahuan (Tysara, 2021). Arsyad mendefinisikan media sebagai perantara atau pengantar pesan yang dikirimkan oleh pengirim pesan kepada penerima pesan, media dapat berupa bahan atau software dan alat atau hardware (Tysara, 2021). Tidak jauh berbeda dengan Arsyad, National Education Association (NEA) juga mendefinisikan media sebagai sarana komunikasi berbentuk cetak atau audio visual yang mencakup teknologi perangkat lunak dan perangkat keras (Tysara, 2021). Menurut Association of Education and Communication Technology (AECT), media

merupakan segala bentuk dan saluran yang digunakan untuk menyampaikan informasi dan pesan (Tysara, 2021). Blake dan Horalsen juga mengatakan bahwa media adalah saluran komunikasi yang efektif digunakan untuk menyampaikan sebuah pesan (Tysara, 2021).

Fungsi utama media adalah sebagai sumber informasi dan menyampaikan pesan. Namun, selain itu, media juga dapat menjadi sarana untuk mengekspresikan diri, menyampaikan suatu pendapat, ide, atau gagasan. Tayangan-tayangan yang ditampilkan pada media dapat menjadi hiburan dan pengalih perhatian dari rutinitas sehari-hari (Tysara, 2021). Hadirnya media dapat mengatasi adanya keterbatasan ruang dan waktu, media juga dapat digunakan sebagai pengawas dan kontrol sosial. Selain itu, apa yang ditampilkan dalam media dapat memengaruhi khalayak (Tysara, 2021). Terdapat beberapa jenis media seperti visual, audio, dan audio visual. Media visual menyampaikan pesan dalam bentuk visual, media visual ini memiliki fungsi untuk memperjelas informasi yang ditampilkan karena informasi akan lebih mudah dicerna apabila ditampilkan dalam bentuk visual (Tysara, 2021). Media audio menyampaikan pesan dalam bentuk audio atau suara, pesan yang disampaikan dapat berupa pesan verbal seperti kata-kata dan non verbal seperti bunyi-bunyian. Contoh media audio adalah radio (Tysara, 2021). Media audio visual dapat menyampaikan pesan melalui suara (audio) dan gambar (visual). Contoh dari media audio visual adalah siaran TV dan film (Tysara, 2021).

Analisis resepsi merupakan analisis yang menekankan peran dari khalayak sebagai penerima pesan media (Danisti dalam Tunshorin, 2016). Analisis resepsi mencoba memahami bagaimana khalayak memaknai pesan yang diberikan oleh media sehingga pesan tersebut dapat diikuti dan diterima oleh khalayak. Fokus dari analisis resepsi adalah khalayak, maksudnya adalah bahwa analisis ini mengkaji bagaimana setiap individu sebagai khalayak dapat memaknai isi dari media, yang mana setiap individu tentunya memaknai isi pesan media menggunakan sudut pandangnya masing-masing (Toni & Fajariko, 2017). Analisis resepsi mendasarkan kesadaran dan cara khalayak sebagai subjek dalam menerima dan memahami pesan yang disampaikan oleh objek (Tunshorin, 2016). Khalayak tidak hanya dianggap sebagai konsumen, namun juga berperan aktif dalam memproduksi makna (Toni & Fajariko, 2017). Analisis resepsi dapat digunakan untuk melihat alasan mengapa khalayak bisa memaknai suatu pesan secara beragam, berbagai faktor yang memengaruhi adanya keberagaman tersebut, dan konsekuensi sosial yang ditimbulkan (Billy, 2014 dalam Tunshorin, 2016).

Isi dari analisis resepsi adalah berupa pesan yang diberikan oleh media yang dapat dimaknai secara berbeda-beda karena adanya perbedaan latar belakang dari setiap penerimanya. Latar belakang yang membedakan misalnya seperti jenis kelamin, umur, pendidikan, pekerjaan, hobi, dan pengalaman yang berbeda (Toni & Fajariko, 2017). Menurut Stuart Hall (1991), terdapat tiga bentuk pemaknaan, yaitu: (1) *Dominant Hegemonic Position* (Pemaknaan Dominan): tidak ada perbedaan dalam memaknai pesan yang disampaikan oleh media antara pembuat pesan dan khalayak sebagai penerima pesan, artinya pesan dapat dimaknai secara umum; (2) *Negotiated Position* (Pemaknaan yang Dinegosiasikan): pesan yang disampaikan oleh media akan dimaknai secara terus menerus dan pesan yang diterima khalayak tidak dimaknai secara umum, tetapi khalayak akan menggunakan kepercayaan dan keyakinannya untuk menegosiasi pesan yang disampaikan oleh pembuat pesan; (3) *Oppositional Position* (Pemaknaan Oposisi): pemaknaan terjadi saat penerima pesan memahami pesan yang disampaikan oleh pengirim pesan secara berbeda dengan kerangka konsep dan ideologinya.

Analisis resepsi dari Stuart Hall ini pernah dipakai juga oleh Pratama, Suhadi, dan Yusuf (2021) dalam penelitian mereka tentang film *Dua Garis Biru*. Penelitian ini memakai jenis kualitatif dengan metode pengumpulan data wawancara. Hasilnya menyimpulkan bahwa mayoritas penonton memiliki pemahaman posisi dominan tentang dampak pergaulan bebas dalam film ini. Walaupun demikian ada sedikit penonton yang berada dalam posisi negosiasi dan oposisi.

Persepsi khalayak juga bisa berupa masyarakat yang bukan penonton. Penelitian Dapu, Kawengian dan Waleleng (2015) mengungkap persepsi khalayak terhadap iklan aqua botol tanpa segel plastik. Penelitian ini membagikan kuisioner dan menjelaskan secara deskriptif dianalisis sesuai frekuensi yang muncul. Hasilnya bahwa intensitas yang tinggi sangat positif untuk menunjukkan daya tarik, pemahaman dan kesadaran serta keinginan untuk membeli produk tanpa segel plastik ini.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Metode deskriptif kuantitatif dipilih karena dianggap dapat memberikan realitas yang sebenarnya dan dapat menjawab pertanyaan mengenai status subjek dari penelitian (Isnawati, 2020, h.39). Teknik

**Resepsi Penonton terhadap Media dalam Serial “Vincenzo”  
(R.A. Vita Astuti, Grace Paramitha, Mardyaning Cahyarani)**

<http://ejournal.amikompuwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>

pengambilan sampel diambil dengan menggunakan snowball sampling berjumlah 125 orang yang sudah menonton drama Korea Vincenzo hingga akhir episode (20 episode). Teknik pengumpulan data disebarakan melalui kuesioner yang menggunakan skala likert untuk pengukuran sikap.

Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah purposive sampling dan teknik snowballing. Purposive sampling (menentukan/menyesuaikan) merupakan teknik sampling dengan mengambil seluruh kasus yang memungkinkan adanya kesesuaian dengan kriteria tertentu dengan menggunakan berbagai metode (Neuman dalam Nurdiani, 2014). Snowball (bola salju) merupakan pengambilan sampling dengan mengambil beberapa kasus yang memiliki keterkaitan antara satu dengan yang lain dan kemudian mencari adanya hubungan dengan proses yang sama (Neuman dalam Nurdiani, 2014). Penerapan dari kedua teknik sampling tersebut adalah peneliti akan menyebarkan kuesioner ke orang-orang yang sudah menonton drama Korea Vincenzo hingga episode terakhir, kemudian kuesioner tersebut akan disebarakan lagi oleh para penonton drama Korea Vincenzo kepada kenalan mereka yang juga menonton drama Korea Vincenzo.

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis resepsi model encoding/decoding Stuart Hall yang menganalisis peran dari khalayak sebagai penerima pesan media. Adapun penelitian dilakukan dengan menyatakan tema media dalam drama Korea Vincenzo yang kemudian dipetakan model resepsi penontonnya dalam kategori *dominant-hegemonic position*, *negotiated position* atau *oppositional position*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kuesioner yang dibuat oleh peneliti disebarakan kepada 125 orang responden dengan latar belakang yang berbeda-beda. Perbedaan latar belakang dari responden membuat adanya perbedaan dalam memaknai pesan yang ditampilkan dalam drama Korea Vincenzo. Perbedaan ini mempengaruhi hasil dari pemaknaan peonton menurut Stuart Hall.

Dari 125 orang responden, 17,6% berjenis kelamin laki-laki dan sisanya 82,4% perempuan. Rentang usia mereka dari 17-48 tahun dengan persentase terbanyak di usia 19-21 tahun (57,6%). Terdapat tiga jenis pekerjaan, dosen (7%), karyawan (17,6%) dan mahasiswa (76,8%). Latar belakang pendidikan sangat beragam, yang berkaitan dengan media dan budaya sebanyak 42,4%, selain itu mereka mempunyai latar belakang di bidang kesehatan, ekonomi

dan teknik (masing-masing di bawah 10%). Tahun mulai menonton drama Korea rentang waktunya cukup panjang, dari 2002 (awal Korean wave masuk ke Indonesia) sampai 2021 (ketika Vincenzo tayang) dengan persentase terbanyak (17%). Frekuensi menonton responden sangat dominan di 1-5 kali seminggu (67,2%) dan diikuti oleh 6-10 kali/minggu (24%). Yang menonton lebih dari 20 kali/minggu menduduki urutan ketiga (5%). Jumlah judul drama Korea yang sudah ditonton berurutan secara tiga besar dari 11-20 judul (26,4%), 1-10 judul (20,8%) dan 21-30 judul (18,4%). Paparan pengalaman membaca berita di media menjadi latar belakang responden dengan yang terbanyak melalui platform media sosial (72,8%) dan diikuti melalui portal berita online (27,2%).

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarakan kepada 125 orang responden, mayoritas penonton drama Korea Vincenzo adalah perempuan berusia 21 tahun yang berlatar belakang pendidikan ilmu komunikasi. Kebanyakan dari responden mulai menonton drama Korea sejak 2021 dan menonton drama Korea sebanyak satu sampai lima kali dalam seminggu. Mayoritas responden sudah menonton sebelas sampai dua puluh judul drama Korea. Media yang paling banyak digunakan oleh responden untuk membaca berita adalah media sosial.

Proses encoding peneliti dilakukan dengan pemaknaan berdasarkan representasi media dalam drama Korea Vincenzo. Ditemukan tujuh belas representasi tentang media dan peran-peran yang terkait: (1) Media tidak dapat dipercaya; (2) Cara kerja jurnalisisme tidak baik; (3) Media tidak menyampaikan informasi dari berbagai sudut pandang; (4) Media terlibat dalam permainan politi; (5) Sumber informasi pada media tidak akurat dan andal; (6) Media tidak melibatkan sumber lain pada pemberitaan; (7) Media tidak transparan; (8) Media dan perusahaan (Babel) tidak bekerja sesuai etika jurnalisisme; (9) Media dipengaruhi oleh relasi kuasa; (10) Media tidak memberikan konten yang bersifat objektif; (11) Tidak ada kebebasan media dalam menuliskan konten; (12) Media online menjadi sumber utama dalam menyajikan berita terbaru; (13) Adanya pengaruh uang serta kekuasaan dapat memengaruhi media; (14) Masyarakat mudah terpengaruh dengan pemberitaan online; (15) Pemberitaan media tentang perusahaan Babel tidak berdasarkan pada peristiwa yang benar-benar terjadi; (16) Pemberitaan yang dilakukan media tentang Babel merugikan pembacanya; (17) Pengacara Jipuragi tidak percaya bahwa media bekerja dengan jujur.

Selain pernyataan tentang representasi media yang ditanyakan kepada responden, peneliti juga menanyakan tiga hal pendapat responden tentang representasi media dalam

Vincenzo sebagai gambaran pemahaman penonton terhadap media secara umum. Ketiga pertanyaan itu adalah: (1) Media tidak ditunjukkan sebagai representasi media yang baik; (2) Media direpresentasikan sebagai dunia pekerjaan yang tidak aman; (3) Representasi media dapat memengaruhi persepsi penonton tentang media di dunia nyata.

Hasil decoding penonton tentang representasi media disusun sesuai urutan pertanyaan. Pada pertanyaan pertama mengenai apakah media dalam drama Korea Vincenzo dapat dipercaya menunjukkan bahwa terdapat 24 responden (19,2%) menjawab sangat tidak setuju, 48 responden (38,4%) memilih tidak setuju, 23 responden (18,4%) memilih tidak tahu, 19 responden (15,2%) memilih setuju, dan 11 responden (8,8%) memilih sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat keberagaman penerimaan pesan oleh khalayak, namun mayoritas responden menjawab bahwa media dalam drama Korea Vincenzo tidak dapat dipercaya.

Pada pertanyaan kedua mengenai apakah drama Korea Vincenzo menunjukkan cara kerja jurnalisisme yang baik, 30 responden (24%) memilih sangat tidak setuju, 42 responden (33,6%) memilih tidak setuju, 18 responden (14,4%) memilih tidak tahu, 22 responden (17,6%) memilih setuju, dan 13 responden (10,4%) memilih sangat setuju. Hal itu menunjukkan bahwa para penonton drama Korea Vincenzo memaknai pesan mengenai cara kerja jurnalisisme yang ditampilkan oleh drama Korea Vincenzo secara beragam, namun sebagian besar responden berpikir bahwa cara kerja jurnalisisme dalam drama Korea Vincenzo merupakan cara kerja jurnalisisme yang buruk.

Pertanyaan ketiga yaitu mengenai apakah media menyampaikan informasi dari berbagai sudut pandang, 14 responden (11,2%) memilih sangat tidak setuju, 22 responden (17,6%) memilih tidak setuju, 18 responden (14,4%) memilih tidak tahu, 35 responden (28%) memilih setuju, dan 36 responden (28,8%) memilih sangat setuju. Dari hasil tersebut masih menunjukkan bahwa terdapat keberagaman penerimaan pesan khalayak. Mayoritas responden setuju bahwa media dalam drama Korea Vincenzo menggunakan sudut pandang yang beragam dalam menyampaikan informasi.

Pertanyaan keempat mengenai keterkaitan media dengan permainan politik. Dari pertanyaan ini, tidak terlihat adanya responden yang memilih sangat tidak setuju, namun ada 1 (0,8%) responden yang memilih tidak setuju, 4 responden (3,2%) memilih tidak tahu, 17 responden memilih setuju, dan terdapat 103 responden (82,4%) memilih sangat setuju. Dari

hasil yang ditampilkan, masih terlihat bahwa adanya keberagaman penerimaan pesan khalayak namun terlihat adanya pilihan mayoritas yang menunjukkan bahwa responden setuju dengan pertanyaan media seringkali berkaitan dengan permainan politik.

Pertanyaan kelima yaitu mengenai sumber informasi pada media dianggap cukup akurat dan andal, 14 responden (11,2 %) memilih sangat tidak setuju, 43 responden (34,4%) memilih tidak setuju, 44 responden (35,2%) memilih tidak tahu, 15 responden (12%) memilih setuju, dan 9 responden (7,2%) memilih sangat setuju. Dari pertanyaan ini, masih terlihat adanya keberagaman penerimaan pesan khalayak. Mayoritas responden tidak mengetahui tentang sumber informasi pada media cukup akurat dan andal dalam drama Korea Vincenzo. Hal ini menunjukkan keraguan dalam fakta yang ditunjukkan oleh media.

Pertanyaan keenam terkait media dalam drama Korea Vincenzo yang melibatkan audiens pada pemberitaan, 12 responden (9,6%) memilih sangat tidak setuju, 23 responden (18,4%) memilih tidak setuju, 24 responden (19,2%) memilih tidak tahu, 41 responden (32,8%) memilih setuju, dan 25 responden (20%) memilih sangat setuju. Dari respon khalayak masih terdapat keberagaman penerimaan pesan khalayak. Mayoritas menunjukkan responden setuju bahwa audiens terlibat dalam pemberitaan media pada drama Korea Vincenzo.

Pertanyaan ketujuh mengenai media dalam drama Vincenzo ditunjukkan secara transparan, 46 responden (36,8%) memilih sangat tidak setuju, 42 responden (33,6%) memilih tidak setuju, 15 responden (12%) memilih tidak tahu, 13 responden (10,4%) memilih setuju, dan 9 (7,2%) memilih sangat setuju. Terlihat bahwa respon dari responden masih menunjukkan adanya keberagaman penerimaan pesan khalayak. Mayoritas menunjukkan bahwa responden sangat tidak setuju mengenai media dalam drama Korea Vincenzo ditunjukkan secara transparan.

Pada pertanyaan kedelapan mengenai apakah media dan perusahaan (Babel) sudah bekerja sesuai etika jurnalisisme, sebanyak 84 responden (67,2%) memilih sangat tidak setuju, 27 responden (21,6%) memilih tidak setuju, 4 responden (3,2%) memilih tidak tahu, 4 responden (3,2%) memilih setuju, dan 6 responden (4,8%) memilih sangat setuju. Dapat dilihat bahwa terdapat keberagaman pesan yang dimaknai oleh para penonton drama Korea Vincenzo, namun mayoritas responden yang merupakan penonton drama Korea Vincenzo menganggap bahwa media dan perusahaan (Babel) tidak bekerja sesuai etika jurnalisisme.

Pada pertanyaan kesembilan mengenai media pada drama Korea Vincenzo tidak dipengaruhi oleh relasi kuasa, 78 responden (62,4%) memilih sangat tidak setuju, 32 responden (25,6%) memilih tidak setuju, 2 responden (1,6%) memilih tidak tahu, 2 responden (1,6%) memilih setuju, dan 11 responden (8,8%) memilih sangat setuju. Terlihat adanya keberagaman dalam pemaknaan pesan dari para penonton drama Korea Vincenzo dan mayoritas responden menganggap bahwa media dalam drama Korea Vincenzo dipengaruhi oleh adanya relasi kuasa.

Pertanyaan kesepuluh mengenai apakah media dalam drama Korea Vincenzo memberikan konten yang bersifat objektif, 42 responden (33,6%) menjawab sangat tidak setuju, 34 responden (27,2%) menjawab tidak setuju, 21 responden (16,8%) menjawab tidak tahu, 16 responden (12,8%) menjawab setuju, dan 12 responden (9,6%) menjawab sangat setuju. Terdapat adanya keberagaman pesan yang dimaknai oleh penonton drama Korea Vincenzo, hal tersebut terlihat dari adanya keberagaman jawaban kuesioner, namun mayoritas responden tidak setuju bahwa media dalam drama Korea Vincenzo memberikan konten yang bersifat objektif.

Pertanyaan sebelas mengenai kebebasan media drama Korea Vincenzo dalam menuliskan konten, 12 respon (9,6%) memilih sangat tidak setuju, 30 responden (24%) memilih tidak setuju, 15 responden (12%) memilih tidak tahu, 36 responden (28,8%) memilih setuju, dan 32 responden (25,6%) memilih sangat setuju. Hasil respon tersebut menunjukkan adanya keberagaman mengenai penerimaan pesan khalayak dari drama Korea Vincenzo. Terlihat bahwa mayoritas responden menganggap bahwa media dalam drama Korea Vincenzo memiliki kebebasan dalam menuliskan konten.

Pertanyaan kedua belas mengenai media online menjadi sumber utama dalam menyajikan berita terbaru menunjukkan bahwa terdapat 2 responden (1,6%) menjawab sangat tidak setuju, 10 responden (8%) memilih tidak setuju, 13 responden (10,4%) memilih tidak tahu, 50 responden (40%) memilih setuju, dan 50 responden (40%) memilih sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat keberagaman penerimaan pesan oleh khalayak, namun mayoritas responden setuju bahwa media online menjadi sumber utama dalam menyajikan berita terbaru.

Pertanyaan ketiga belas mengenai adanya pengaruh uang serta kekuasaan dapat memengaruhi media dalam drama Korea Vincenzo, 4 responden (3,2%) memilih sangat tidak

setuju, 4 responden (3,2%) memilih tidak setuju, 6 responden (4,8%) memilih tidak tahu, 30 responden (30%) memilih setuju, dan 81 (64,8%) memilih sangat setuju. Keberagaman penerimaan pesan khalayak masih terlihat dan mayoritas khalayak menganggap sangat setuju bahwa uang dan kekuasaan dapat memengaruhi media dalam drama Vincenzo.

Pertanyaan keempat belas yaitu mengenai apakah masyarakat yang ada dalam drama Korea Vincenzo mudah terpengaruh dengan pemberitaan online, tidak ada responden yang memilih sangat tidak setuju, 8 responden (6,4%) memilih tidak setuju, 15 responden (12%) memilih tidak tahu, 52 responden (41,6%) memilih setuju, dan 50 responden (40%) memilih sangat setuju. Perbedaan jawaban dari responden menunjukkan bahwa terdapat keberagaman penerimaan pesan khalayak, namun sebagian besar responden setuju bahwa masyarakat yang ada dalam drama Korea Vincenzo mudah terpengaruh dengan pemberitaan online.

Pertanyaan kelima belas mengenai pemberitaan media tentang perusahaan Babel berdasarkan pada peristiwa yang benar-benar terjadi, 52 responden (41,6%) memilih sangat tidak setuju, 32 responden (25,6%) memilih tidak setuju, 14 responden (11,2%) memilih tidak tahu, 12 responden (9,6%) memilih setuju, dan 15 responden (12%) memilih sangat setuju. Terlihat bahwa terdapat adanya berbagai pemaknaan pesan oleh responden, namun mayoritas responden tidak setuju jika pemberitaan media tentang perusahaan Babel berdasarkan pada peristiwa yang benar-benar terjadi.

Pertanyaan keenam belas tentang pemberitaan yang dilakukan media tentang Babel dapat bermanfaat bagi para pembacanya, 36 responden (28,8%) yang memilih sangat tidak setuju, 34 responden (27,2%) memilih tidak setuju, 28 responden (22,4%) memilih tidak tahu, 14 responden (11,2%) memilih setuju, dan 13 responden (10,4%) memilih sangat setuju. Terlihat adanya keberagaman dalam pemaknaan pesan dari para penonton drama Korea Vincenzo. Mayoritas responden sangat tidak setuju jika pemberitaan tentang Babel pada media dalam drama Korea Vincenzo bermanfaat bagi para pembacanya.

Pertanyaan ketujuh belas mengenai apakah pengacara Jipuragi percaya bahwa media bekerja dengan jujur, 66 responden (52,8%) memilih sangat tidak setuju, 27 responden (21,6%) memilih tidak setuju, 16 responden (12,8%) memilih tidak tahu, 6 responden (4,8%) memilih setuju, dan 10 responden (8%) memilih sangat setuju. Terlihat bahwa terdapat adanya berbagai pemaknaan pesan oleh responden, namun sebagian besar responden tidak setuju jika pengacara Jipuragi percaya bahwa media bekerja dengan jujur.

Pertanyaan kedelapan belas mengenai media dalam drama Korea Vincenzo menunjukkan adanya representasi media yang baik, 52 responden (41,6%) memilih sangat tidak setuju, 33 responden (26,4%) memilih tidak setuju, 18 responden (14,4%) memilih tidak tahu, 5 responden (4%) memilih setuju, dan 17 responden (13,6%) memilih sangat setuju. Hasil respon dari responden menunjukkan bahwa adanya keberagaman penerimaan pesan dari khalayak yang sudah menonton drama Korea Vincenzo, namun adanya mayoritas responden yang sangat tidak setuju bahwa media dalam drama Korea Vincenzo merepresentasikan media yang baik.

Pertanyaan kesembilan belas mengenai media direpresentasikan sebagai dunia pekerjaan yang aman juga menunjukkan adanya keberagaman jawaban dari khalayak. Sebanyak 46 responden (36,8%) memilih sangat tidak setuju, 39 responden (31,2%) memilih tidak setuju, 22 responden (17,6%) memilih tidak tahu, 5 responden (4%) memilih setuju, dan 13 responden (10,4%) memilih sangat setuju. Meskipun terdapat keberagaman pesan yang diterima oleh responden, namun sebagian besar responden tidak setuju bahwa media direpresentasikan sebagai dunia pekerjaan yang aman.

Pertanyaan terakhir adalah mengenai representasi media dalam Vincenzo dapat memengaruhi persepsi penonton tentang media di dunia nyata, 4 responden (3,2%) memilih sangat tidak setuju, 6 responden (4,8%) memilih tidak setuju, 27 responden (21,6%) memilih tidak tahu, 46 responden (36,8%) memilih setuju, dan 42 responden (33,6%) memilih sangat setuju. Terlihat bahwa adanya keberagaman mengenai penerimaan pesan dari drama Korea Vincenzo oleh penontonnya. Mayoritas menganggap setuju jika media dalam drama Korea Vincenzo dapat memengaruhi persepsi media yang ada di dunia nyata.

Analisis resepsi berarti penerimaan pesan yang diberikan oleh media yang dapat dimaknai secara berbeda-beda karena adanya perbedaan latar belakang dari setiap penerimanya. Hal itu juga berlaku dalam penelitian ini. Perbedaan latar belakang dari responden adalah seperti perbedaan jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan, tahun mulai menonton drama Korea, jumlah menonton drama Korea dalam seminggu, jumlah drama Korea yang sudah ditonton, dan media yang digunakan untuk membaca berita. Perbedaan-perbedaan tersebut membuat media yang ditampilkan dalam drama Korea Vincenzo dimaknai secara berbeda-beda oleh para penontonnya.

Melalui kuesioner yang dibuat oleh peneliti, peneliti dapat melihat adanya perbedaan pemaknaan pesan melalui perbedaan jawaban-jawaban yang diberikan oleh responden. Stuart Hall (1991) menyampaikan hasil dari pemaknaan penonton, hal ini dapat dilihat melalui jawaban-jawaban dari kuesioner yang sudah disebarakan kepada responden. Tiga pemaknaan tersebut yaitu:

1. *Dominant Hegemonic Position* (Pemaknaan Dominan).

Dari ketujuh belas pernyataan representasi media dalam Vincenzo, ditemukan dua belas pernyataan yang dipilih oleh responden yang menunjukkan pemaknaan dominan. Mayoritas penonton setuju bahwa dalam Vincenzo, media tidak dapat dipercaya, cara kerja jurnalisisme tidak baik, media terlibat dalam permainan politik, media tidak transparan, media dan perusahaan (Babel) tidak bekerja sesuai etika jurnalisisme, media dipengaruhi oleh relasi kuasa, media tidak memberikan konten yang bersifat objektif, media online menjadi sumber utama dalam menyajikan berita terbaru, adanya pengaruh uang serta kekuasaan dapat memengaruhi media, masyarakat mudah terpengaruh dengan pemberitaan online, pemberitaan media tentang perusahaan Babel tidak berdasarkan pada peristiwa yang benar-benar terjadi, dan pengacara Jipuragi tidak percaya bahwa media bekerja dengan jujur.

Pada jawaban dari pertanyaan-pertanyaan di atas, terlihat adanya perbedaan jumlah jawaban dari responden yang memiliki jarak cukup jauh. Mayoritas pemaknaan pesan hanya ada pada satu jawaban tertentu. Maka, terlihat bahwa tidak adanya perbedaan dalam memaknai pesan yang disampaikan oleh media antara pembuat pesan dan khalayak sebagai penerima pesan, artinya pesan dapat dimaknai secara umum.

2. *Negotiated Position* (Pemaknaan yang Dinegosiasikan).

Pemaknaan yang dinegosiasikan terlihat pada tiga pernyataan nomor 5, 6 dan 16. Penonton yang memilih untuk tidak tahu atau ragu-ragu pada pernyataan ini menjadi mayoritas. Responden tidak yakin bahwa sumber informasi pada media tidak akurat dan andal. Pada pernyataan representasi nomor 6, responden juga ragu-ragu apakah media tidak melibatkan sumber lain pada pemberitaan. Yang terakhir, responden merasa tidak pasti apakah pemberitaan yang dilakukan media tentang Babel merugikan pembacanya atau tidak.

Terlihat adanya perbedaan jumlah jawaban dari responden tidak memiliki jarak yang cukup jauh. Responden memiliki jawaban yang beragam. Maka, dapat terlihat bahwa beberapa khalayak tidak memaknai pesan secara umum, tetapi khalayak akan menggunakan kepercayaan

dan keyakinannya untuk menegosiasi pesan yang disampaikan oleh pembuat pesan. Dalam hal ini, latar belakang dari khalayak turut memengaruhi jawaban yang dipilih ketika menjawab kuesioner.

### 3. *Oppositional Position* (Pemaknaan Oposisi).

Pemaknaan Oposisi dapat terlihat dari jawaban pertanyaan dalam drama Korea Vincenzo nomor 3 dan 11. Mayoritas responden tidak sesuai dengan representasi bahwa media tidak menyampaikan informasi dari berbagai sudut pandang dan tidak ada kebebasan media dalam menuliskan konten. Menurut responden, media dalam Vincenzo memakai berbagai sudut pandang dalam menyampaikan berita. Menurut perhitungan kuantitatif: 35 responden (28%) memilih setuju, dan 36 responden (28,8%) memilih sangat setuju. Artinya, 56% lebih menganggap media melakukan pencarian informasi dari sudut pandang yang berbeda.

Selain itu, mayoritas responden percaya bahwa ada kebebasan media dalam menuliskan konten. Jumlah responden yang percaya menunjukkan 36 responden (28,8%) memilih setuju, dan 32 responden (25,6%) memilih sangat setuju. Bila ditotal yang setuju adalah 54% lebih. Padahal secara representasi, media tidak ada kebebasan dalam menulis berita.

Hasil pemaknaan oposisi ini disimpulkan oleh peneliti bahwa ada latar belakang tertentu yang menyebabkan pemilihan pernyataan yang berlawanan dalam representasi. Ada kemungkinan ada ketidakjelasan pemaknaan atau representasi dari drama tersebut tidak begitu jelas terlihat oleh penonton.

Jawaban dari pertanyaan-pertanyaan di dalam kuesioner juga menunjukkan bahwa khalayak sudah terliterasi oleh kode etik jurnalistik. Hal ini ditunjukkan dari jawaban atas pertanyaan media sering kali berkaitan dengan permainan politik, media ditunjukkan transparan, media dan perusahaan (Babel) bekerja sesuai etika jurnalisme, media dipengaruhi oleh uang dan kekuasaan, pemberitaan media tentang Babel berdasarkan peristiwa yang benar-benar terjadi, drama Vincenzo menunjukkan representasi media yang baik. Jawaban dari pertanyaan-pertanyaan tersebut menunjukkan bahwa khalayak sudah memahami kode etik jurnalistik, khususnya Pasal 1 yang berisi setiap wartawan di Indonesia harus dapat menyajikan pemberitaan yang akurat, berimbang, dan tidak memiliki tujuan yang buruk, Pasal 2 tentang menjelaskan tentang setiap wartawan di Indonesia harus menggunakan cara yang profesional ketika menjalankan tugas jurnalistiknya, Pasal 3 tentang setiap wartawan di Indonesia harus selalu melakukan pengujian informasi, memberitakan informasi secara berimbang, tidak

mencampuradukkan antara fakta dan opini yang dapat menghakimi serta harus menerapkan asas praduga tak bersalah, dan Pasal 6 yang berisi wartawan di Indonesia dilarang untuk menyalahgunakan profesinya dan dilarang menerima suap dalam bentuk apapun.

## SIMPULAN DAN SARAN

Media yang ditampilkan dalam drama Korea Vincenzo dimaknai secara berbeda-beda oleh setiap penontonnya. Hal itu terlihat dari adanya keberagaman jawaban atas pertanyaan-pertanyaan kuesioner yang telah peneliti sebarkan kepada 125 responden. Latar belakang dari responden juga turut memengaruhi pemaknaan pesan responden atas pesan mengenai media yang ditampilkan dalam drama Korea Vincenzo. Respon dari responden yang merupakan khalayak yang menonton drama Korea Vincenzo menunjukkan bahwa khalayak sudah memahami kode etik jurnalistik, yang mana khalayak dapat memetakan jawaban sesuai dengan kode etik yang berlaku. Untuk penelitian berikutnya, peneliti menyarankan agar mencoba memakai responden yang tidak mempunyai latar belakang media sama sekali. Hasil penelitian bisa sangat menarik bila sama ataupun berbeda.

## REFERENSI

- Ardia, V. (2014). Drama Korea dan Budaya Populer. *Jurnal Komunikasi*, 2 (03), 11-18.
- AsianWiki. (2021). *Vincenzo (Korean Drama)*. [Online]. Available from: [https://asianwiki.com/Vincenzo\\_\(Korean\\_Drama\)](https://asianwiki.com/Vincenzo_(Korean_Drama)) [Accessed: 15 May 2021]
- Astari, D. (2021, Mei 9). *Daebak! "Vincenzo" jadi Drama Korea Paling Banyak Ditonton di Netflix*. [Online]. Available from: <https://www.insertlive.com/korea/20210509202755-185-212442/daebak-Vincenzo-jadi-drama-korea-paling-banyak-ditonton-di-netflix> [Accessed: 14 May 2021]
- Dapu, S. M., Kawengian, D. D., & Waleleng, G. (2015). Persepsi khalayak terhadap iklan aqua botol tanpa segel plastik (Studi di Kelurahan Malalayang I Timur Kota Manado). *Acta Diurna Komunikasi*, 4(3).
- Fais, F., Sudaryanto, E., & Andayani, S. (2019, April). Persepsi remaja pada romantisisme film dilan 1990. *Jurnal Representamen*, 5(01), 25.
- Hall, S (1991) Encoding, decoding. In: During, S (ed.) *The Cultural Studies Reader*. London, Routledge
- Isnawati, Jalinus, N., & Risfendra. (2020). Analisis Kemampuan Pedagogi Guru SMK yang sedang Mengambil Pendidikan Profesi Guru dengan Metode Deskriptif Kuantitatif dan Metode Kualitatif. *INVOTEK: Jurnal Inovasi, Vokasional dan Teknologi*, 20(1), 39.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. (n.d.). *Arti kata media*. [Online]. Available from: <https://kbbi.web.id/media> [Accessed: 15 May 2021]
- Kartikasari, B. (2020, Februari 26). *10 Drama Korea (Drakor) Bertema Jurnalistik, Kisah Mendebarkan Pekerja Media Korea Selatan*. [Online]. Available from: <https://jogja.tribunnews.com/2020/02/26/10-drama-korea-drakor-bertema-jurnalistik-kisah-mendebarkan-pekerja-media-korea-selatan> [Accessed: 17 May 2021]

**Resepsi Penonton terhadap Media dalam Serial “Vincenzo”  
(R.A. Vita Astuti, Grace Paramitha, Mardyaning Cahyarani)**

<http://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>

- Larasati, D. (2018). Globalisasi Budaya dan Identitas: Pengaruh dan Eksistensi Hallyu (Korean Wave) Versus Westernisasi di Indonesia. *Jurnal Hubungan Internasional*, 109-120.
- Nielsen Korea. (n.d.). *Top 10 Household Viewership Ratings and Top 10 Viewers*. [Online]. Available from: [https://www.nielsenkorea.co.kr/tv\\_terrestrial\\_day.asp?menu=Tit\\_1&sub\\_menu=3\\_2&area=00&begin\\_date=202105](https://www.nielsenkorea.co.kr/tv_terrestrial_day.asp?menu=Tit_1&sub_menu=3_2&area=00&begin_date=202105) [Accessed: 15 May 2021]
- Nurdiani, N. (2014, Desember). Teknik sampling *snowball* dalam penelitian lapangan. *ComTech*, 5(02), 1113.
- Pratama, C. D. (2020, Desember 21). *Kode Etik Jurnalistik: Definisi dan Isinya*. [Online]. Available from: <https://www.kompas.com/skola/read/2020/12/21/205632869/kode-etik-jurnalistik-definisi-dan-isinya> [Accessed: 14 May 2021]
- Pratama, R., Suhadi, M., & Yusuf, R. A. (2021). Resepsi Remaja Terhadap Dampak Pergaulan Bebas Di Dalam Film Dua Garis Biru. *Jurnal Ilmu Komunikasi Acta Diurna*, 17(1).
- Putri, I. P. (2019). K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia. *ProTVF*, 3(01), 68-80.
- Rastati, R. (2020). Survey Result: K-Drama Consumption Amidst COVID-19 Pandemic in Indonesia. *Masyarakat dan Budaya*, 11(16).
- Suryanti, N. P. (2014). Korean Wave Sebagai Instrumen Soft Power Untuk Memperoleh Keuntungan Ekonomi Korea Selatan. *Global*, 16(01), 69- 83.
- Takalelumang, R., Senduk, J. j., & Harilama, S. H. (2019). Penerapan kode etik jurnalistik di media online Komunikasulut. *Acta Diurna Komunikasi*, 1(03), 3-7.
- Toni, A., & Fajariko, D. (2017). Studi Resepsi Mahasiswa Boardcasting Universitas Mercu Buana pada Film Journalism "Kill The Messenger". *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 151-163.
- Tunshorin, C. (2016). Analisis Resepsi Budaya Populer Korea pada Eternal Jewel Dance Community Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta*, 10(01), 71-80.
- Tysara, L. (2021, Januari 27). *Media adalah Alat untuk Menyampaikan Pesan dan Informasi, Ketahui Jenis-jenisnya*. [Online]. Available from: <https://hot.liputan6.com/read/4467850/media-adalah-alat-untuk-menyampaikan-pesan-dan-informasi-ketahui-jenis-jenisnya> [Accessed: 14 May 2021]