

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini menggunakan berbagai penelitian terdahulu sebagai bahan rujukan penelitian dan upaya untuk mencari perbandingan penelitian, sehingga penelitian mendapatkan kebaruan untuk penelitian selanjutnya.

*Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu*

No.	Judul Penulis Tahun	Afiliasi Universitas	Metode Penelitian	Kesimpulan	Saran	Perbedaan dengan Penelitian
1.	Measuring Narrative Engagement   Rick Bussell & Bilandzic   2017	Washington State University & University of Erfurt	Pendekatan kuantitatif prespektif model mental	Penelitian menunjukkan bahwa sejauh mana seseorang terlibat, terbawa, atau tenggelam dalam sebuah narasi memengaruhi potensi narasi tersebut untuk memengaruhi sikap dan keyakinan terkait cerita selanjutnya	Sebaiknya penelitian berikutnya dapat menggunakan skala <i>narrative engagement</i> untuk narasi yang berbasis media audio visual sebagai pengembangan dari skala yang telah dibuat oleh Green & Brock	Perbedaan penelitian ini terletak pada metode yang digunakan, di mana penelitian terdahulu menggunakan pendekatan kuantitatif, sementara penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Selain itu subjek penelitian terdahulu dilakukan pada penonton film layer lebar dan televisi. Sementara penelitian ini dilakukan pada penonton K-Drama Medis. Perbedaan penelitian ini terletak pada metode yang digunakan, yaitu pada penelitian terdahulu menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasi, sementara penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode kualitatif
2.	Hubungan antara Narrative Engagement dengan Binge watching pada Penonton K-Drama   Riska Miranti dan Suci Nugraha   2023	Universitas Islam Bandung	Pendekatan kuantitatif, metode korelasi analisis data Rank Spearman	Terdapat hubungan positif antara <i>narrative engagement</i> dengan <i>binge watching</i> pada penonton K-Drama di kota Jakarta yaitu sebesar 0.412 dengan derajat korelasi hubungan antara <i>narrative engagement</i> dengan <i>binge watching</i> pada Penonton K-Drama. Hal ini berarti bahwa	-	Perbedaan penelitian ini terletak pada metode yang digunakan, yaitu pada penelitian terdahulu menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasi, sementara penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode kualitatif

				semakin tinggi <i>narrative engagement</i> , maka semakin tinggi pula <i>binge watching</i> pada penonton K-Drama, begitupun sebaliknya.		wawancara. Kemudian media persuasi yang dijadikan penelitian berfokus pada K-Drama secara general, sementara penelitian ini secara spesifik focus pada K-Drama Medis. Perbedaan penelitian ini terletak pada objek penelitian, di mana penelitian terdahulu menggunakan Film My Name Is Khan, sementara penelitian ini menggunakan K-Drama Medis. Selain itu, metode yang digunakan juga berbeda, di mana penelitian terdahulu menggunakan pendekatan analisis fenomenologi interpretatif, sementara penelitian ini menggunakan metode kualitatif wawancara. Adapun subjek penelitian ini juga berbeda, di mana pada penelitian terdahulu subjek yang digunakan adalah kalangan ibu. Sementara pada penelitian ini subjek yang digunakan adalah kalangan Generasi Z.
3.	Transportasi Isu Autisme Penonton Film: Analisis Fenomenologi Interpretatif Pengalaman Transportasi Para Ibu di Film My Name Is Khan   Sri Wijayanti   2020	Universitas Pembangunan Jaya	Pendekatan kualitatif, metode analisis fenomenologi interpretatif	Terdapat temuan dan interpretasi yang menghasilkan empat tema utama. Pertama, persepsi awal tentang isu autisme, di mana para ibu sudah mengenal istilah tersebut, tetapi belum memahami isu dengan benar. Kedua, pengalaman awal ketertarikan ibu sebagai penonton film terhadap isu autisme dalam film, ditemukan konsisten dengan konsep dalam teori TIM. Ketiga tema proses transportasi memberikan suatu kontribusi baru terkait peran transportasi sebagai mediated relationship dalam bentuk identifikasi dan interaksi parasosial terkait pengaruhnya pada sikap. Terakhir tema hasil transportasi ditemukan sejalan dengan konsep daam TIM yang mengakibatkan proses heuristic, intensifikasi dan pembentukan sikap & keyakinan sesuai pesan narasi.	-	

Dari ketiga penelitian terdahulu yang telah dijabarkan pada table di atas, maka dapat ditarik secara garis besar bahwa penelitian ini memiliki kebaruan dari penelitian terdahulu, yakni dilihat dari adanya beberapa perbedaan yang mendasari

penelitian dari masing-masing rujukan. Pertama, metode yang digunakan pada kedua penelitian terdahulu menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik yang berbeda seperti analisis fenomenologi dan analisis korelasi Rank Spearman. Sementara penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan agar mampu menjabarkan bagaimana pengalaman transportasi seseorang ketika terserap dalam dunia narasi, dengan menggunakan metode kualitatif wawancara.

Kedua, subjek penelitian yang dijadikan sumber perolehan data memiliki perbedaan, di mana pada penelitian terdahulu dilakukan pada penonton film layar lebar dan televisi, serta kalangan Ibu. Sementara pada penelitian ini, fokus pada kalangan Generasi Z. Terakhir, perbedaan lainnya terletak pada objek penelitiannya, di mana pada penelitian terdahulu fokus pada film berjudul *My Name Is Khan*, K-Drama secara umum, dan film layar lebar dan televisi secara umum. Sementara pada penelitian ini, fokus pada serial K-Drama dengan spesifikasi sub-tema Medis. Lalu, untuk persamaannya terletak pada penelitian pertama dan ketiga, yakni menggunakan teori *Transportation Imagery Model*, kemudian persamaan lainnya terletak pada penelitian kedua yang menggunakan konsep *narrative engagement* dan *binge watching* sebagai fokus utama penelitian.

## **2.2. Teori dan Konsep**

### **2.1.1. Komunikasi Persuasi Narasi**

Menurut Effendy dalam Simorangkir (2014), Komunikasi Persuasi merupakan salah satu bentuk komunikasi persuasif, yang bertujuan untuk mendorong atau merangsang seseorang agar melakukan sesuatu sesuai dengan keinginan pembujuk. Ini menunjukkan bahwa komunikasi persuasif adalah metode untuk mengajak orang lain melakukan sesuatu dengan sukarela sesuai dengan keinginan pembujuk, tanpa menggunakan paksaan atau tekanan. Effendy juga menyatakan bahwa tujuan persuasi adalah untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku dengan cara yang halus dan memperhatikan aspek manusiawi.

Effendy dalam Simorangkir (2014) juga mengatakan bahwa persuasi dapat dilakukan secara rasional maupun emosional. Secara rasional, berarti persuasi dilakukan dengan mempengaruhi aspek kognitif seseorang. Sementara secara

emosional, berarti persuasi dilakukan dengan melibatkan aspek ide ataupun konsep yang dapat mempengaruhi keyakinan seseorang. Keberhasilan dari komunikasi persuasif ini dilihat dari bagaimana keterlibatan penerima pesan (komunikan) pada pesan yang disampaikan. Sedangkan keberhasilan pengirim pesan (komunikator) dalam menumbuhkan minat komunikan tersebut dilihat dari bagaimana mereka mampu berupaya untuk memunculkan hasrat.

Dalam konteks komunikasi, persuasi narasi menjadi gabungan prinsip yang digunakan untuk mencitapkan pesan kuat dan memengaruhi audiens secara efektif. Komunikasi dianggap sebagai interaksi antara pengirim dan penerima pesan dengan tujuan utama untuk mengubah sikap, keyakinan, dan perilaku audiens. Kemudian, persuasi menjadi inti dari proses komunikasi dan ditujukan untuk meyakinkan audiens agar dapat menerima pesan dengan pandangan dan kehendak yang diinginkan. Sementara narasi digunakan sebagai media atau sarana untuk menyampaikan pesan secara menarik dan meyakinkan dengan bersifat kronologis dan memanfaatkan elemen-elemen yang ada.

Secara umum, narasi diartikan sebagai sebuah teks yang berisi runtutan peristiwa berdasarkan urutan waktu yang bertujuan untuk membagikan suatu informasi dan pengalaman kepada pembaca, sehingga pembaca ikut merasakan pengalaman tersebut. Sementara menurut Widjono dalam Putri (2023) Narasi adalah cerita yang menggambarkan urutan peristiwa, tindakan, atau keadaan dari awal hingga akhir, di mana semua elemen saling terhubung satu sama lain. Adapun, sebuah narasi dapat disampaikan melalui berbagai bentuk media, seperti teks tertulis, lisan, gambar bergerak, gambar diam, dan kombinasi dari media-media tersebut. Narasi juga tidak terlepas dari lima elemen yang meliputi plot, *setting*, karakter, konflik, dan juga tema, sehingga narasi yang kohesif dan konsisten dalam pengembangan elemen tersebut mampu menarik perhatian penuh pembaca, penonton, atau pendengar dengan cara membuat mereka terlibat secara emosional, kognitif, bahkan fisik (Putri D. A., 2023)

Pada perkembangan studi persuasi narasi, era akhir 1980-an menjadi masa di mana Narasi menjadi format pesan yang menunjukkan bahwa hasil persuasi lebih positif dibandingkan dengan format argumen (retoris) (Wijayanti, 2020) . Hal ini karena narasi diproses oleh penonton dan dianggap sebagai pengalaman yang

menyenangkan. Hasil perbandingan antara persuasi dengan argumen ini dilatar belakangi dengan studi yang menggunakan teori *Elaboration Likelihood Model* (ELM). Sementara di era pertengahan 1990-an, studi ini mengalami perkembangan, yakni lebih fokus pada perbedaan pengaruh yang didapatkan oleh individu dari keterlibatan narasi, di mana secara praktis, narasi berperan sebagai media atau alat persuasi (Griffin, Ledbetter, & Sparks, 2022).

Hal ini sejalan dengan paradigma naratif yang dikemukakan oleh Walter Fisher dalam Sari (2023) bahwa seseorang cenderung lebih terpengaruh oleh cerita yang baik daripada argumen yang baik, dan meyakini bahwa manusia adalah makhluk naratif yang memahami kehidupan sebagai serangkaian cerita yang sedang berlangsung. Hal ini dianggap sebagai pertimbangan terhadap nilai, emosi, dan estetika yang menjadi dasar keyakinan dan perilaku manusia. Adapun, berdasarkan paradigma naratif Walter Fisher (1987) dalam Sari (2023) terdapat lima asumsi, diantaranya adalah:

1. Manusia pada dasarnya adalah makhluk yang menyukai cerita.  
Fisher menyatakan bahwa manusia merupakan *homo narrans*, di mana pada dasarnya manusia suka dengan cerita, baik pengarang maupun pendengar cerita. Kecenderungan manusia untuk menikmati cerita ini merupakan unsur fundamental dalam kehidupan manusia, yang mampu memengaruhi perilaku, tindakan, dan keyakinan seseorang. dan menjadi unsur dasar dalam kehidupannya sehingga mampu mempengaruhi perilaku dan tindakan serta keyakinan seseorang (Sari, 2023).
2. Keputusan mengenai *value* dari sebuah cerita didasarkan pada “pertimbangan yang sehat”  
Fisher menyatakan bahwa pertimbangan yang sehat merupakan bagaimana individu menentukan untuk menerima sebuah cerita dengan mempercayai atau tidak berdasarkan akal sehat yang dimilikinya (Sari, 2023).
3. Pertimbangan yang sehat ditentukan oleh biografi, budaya, sejarah dan karakter.  
Fisher menyatakan bahwa setiap orang memiliki ukuran dan jenis rasionalitas yang berbeda-beda, sehingga hal ini bergantung pada konteks yang sedang dilakukannya (Sari, 2023).

4. Rasionalitas didasarkan pada penilaian orang mengenai konsistensi dan kebenaran sebuah cerita.

Menurut Fisher, sebuah cerita dikatakan ideal ketika alurnya konsisten dan dapat dipercaya, yakni ketika pencerita menggunakan detail-detail penting untuk dituangkan dalam sebuah narasi (Sari, 2023).

5. Kita mengalami dunia sebagai dunia yang diisi dengan cerita, sehingga mengharuskan untuk memilih cerita yang ada.

Menurut Fisher, ketika seseorang memilih cerita tersebut, maka akan mengalami sebuah pengalaman baru di dunia yang berisi cerita yang didapat dan mampu menciptakan cerita baru yang dapat mengubah kehidupan (Sari, 2023).

Peneliti menjadikan komunikasi persuasi narasi sebagai payung besar bagi penelitian karena memiliki kaitan yang erat dengan topik penelitian. Konsep ini digunakan untuk melihat sejauh mana narasi K-Drama medis sebagai media persuasi *edutainment* berbasis audio visual mampu membawa pengaruh bagi penonton, baik secara kognitif maupun emosional, dengan dukungan elemen-elemen narasi yang termuat didalam cerita. Konsep ini juga menunjukkan bagaimana sebuah narasi pada serial drama ini menjadi salah satu bentuk komunikasi yang ingin menyampaikan gambaran dunia medis, yang tentunya tidak hanya melibatkan pesan yang ingin disampaikan tapi juga pencerita (komunikator) dan penerima pesan (komunikan) sehingga narasi medis dapat tersampaikan dan mampu mempersuasi penonton.

### **2.2.2. *Transportation Imagery Model***

Menurut Green & Brock (2000) *Transportation Imagery Model* dalam Wijayanti (2020) merupakan teori yang diciptakan untuk menjelaskan bagaimana sikap seseorang mengalami perubahan setelah mereka terlibat atau tertransportasi dalam sebuah narasi. Teori ini sejalan dengan teori *Elaboration Likelihood Model* (ELM) yang juga merupakan bagian dari teori persuasi narasi yang menyatakan bahwa sikap dapat diubah dengan pengaruh yang diberikan oleh pesan persuasif dan dilihat dari bagaimana mereka mengolah informasi yang diterima. Sementara teori *Transportation Imagery Model* (TIM) menyatakan bahwa semakin tinggi

tingkat keterlibatan seseorang, khususnya saat tertransportasi dalam sebuah cerita, maka semakin tinggi kemungkinan mereka dapat dipengaruhi oleh pesan yang disampaikan dalam cerita tersebut (Wijayanti, 2020).

Transportasi oleh Green & Brock (2000) dalam Wijayanti (2020) juga diartikan sebagai proses di mana seseorang benar-benar terbawa dalam sebuah cerita, Ini merujuk pada proses di mana seseorang sepenuhnya terlibat dalam sebuah cerita, sehingga perhatiannya sepenuhnya terfokus pada perkembangan cerita dan sementara waktu melupakan lingkungannya. Hal ini menciptakan pengalaman di mana seseorang merasa terputus dari dunia nyata dan hanya meresapi dunia yang dibangun oleh cerita. Setelah menyelesaikan cerita tersebut, individu mungkin mengalami perubahan dalam keyakinan dan sikap mereka sebagai hasil dari pengalaman terikat dalam cerita.

Mengacu pada asumsi Fisher terkait persuasi narasi dalam paradigma naratif bahwa pada dasarnya, setiap individu cenderung menyukai cerita yang menarik, yang dapat memengaruhi perilaku, tindakan, dan keyakinan seseorang. Hal ini sejalan dengan konsep dasar dalam teori transportasi narasi yang merupakan bagian penting dari Teori *Transportation Imagery Model*. Menurut Green dan Brock, pengalaman transportasi ke dalam sebuah cerita terasa seperti mengalir, di mana pembaca mungkin lupa waktu, kehilangan kesadaran akan peristiwa di sekitarnya, dan merasakan bahwa mereka sepenuhnya terbenam dalam dunia naratif (Bussell & Bilandzic, 2017). Hal Ini menjadi konsekuensi utama dari adanya transportasi, di mana Gerrig menganalogikan seseorang sebagai wisatawan yang meninggalkan dunia asal dan kehilangan kesadaran lingkungan fisik eksternal,

Teori *Transportation Imagery Model* TIM erat kaitannya dengan tangkaha laku manusia terkait dengan proses komunikasi, khususnya pada penerimaan dan pemrosesan pesan. Dari perspektif psikologi komunikasi, teori ini menggambarkan proses pengolahan stimulus seseorang, di mana proses ini mencakup unsur sensasi, persepsi, memori, dan juga berpikir. Dalam konteks transportasi narasi, perhatian terhadap pengolahan stimulus hanya berpusat pada aspek persepsi. Dari sudut pandang ilmu komunikasi, persepsi dianggap sebagai elemen kunci dalam komunikasi, merupakan salah satu tahapan dalam rangkaian proses pengolahan informasi dalam individu. Sementara interpretasi atau penafsiran adalah inti dari

persepsi. Jika tidak ada pemahaman, komunikasi tidak akan berjalan dengan baik dan tidak akan mempengaruhi sikap (Wijayanti, 2020).

Konsep transportasi, secara spesifik, memberikan sarana bagi individu untuk melakukan perjalanan imajiner dan merasakan tanggapan emosional serta membentuk citra mental. Karena itu, transportasi naratif dianggap sebagai kondisi psikologis yang bersifat subjektif atau personal bagi setiap individu. Sebagai pengalaman pribadi, transportasi naratif berupaya menjelaskan keterhubungan antara transportasi dan narasi dianggap sebagai alat untuk membentuk sikap dan keyakinan yang sejalan dengan pesan naratif. Konsep transportasi menjelaskan mengapa individu tertarik untuk mengonsumsi narasi, bagaimana sensasi dan pengalaman yang mereka alami selama terlibat dalam narasi, serta dampak yang dirasakan setelah mereka terbawa dalam alur cerita (Wijayanti, 2021).

Hal tersebut mengacu pada postulat teori *Transportation Imagery Model*, di mana transportasi dianggap sebagai gabungan integratif dari tiga komponen, yaitu perhatian kognitif, citra mental, dan keterlibatan emosional. Adapun, lima postulat Teori *Transportation Imagery Model* menurut Green & Brock (Green & Brock, 2005 : 125) antara lain:

1. Persuasi narasi terbatas pada teks cerita (skrip) (a) yang sebenarnya adalah narasi, (b) di mana gambar ditimbulkan, dan (c) di mana keyakinan pembaca (pemisra) dilibatkan.
2. Persuasi naratif (perubahan kepercayaan) terjadi, yang lain sama, sejauh gambar yang dibangkitkan diaktifkan oleh transportasi psikologis, didefinisikan sebagai keadaan di mana pembaca menjadi asyik dalam dunia narasi, meninggalkan dunia nyata di belakang, setidaknya untuk sementara waktu.
3. Kecenderungan untuk transportasi dengan pemaparan ke akun naratif yang diberikan dipengaruhi oleh atribut penerima (misalnya, keterampilan pencitraan, kemampuan pengangkutan).
4. Kecenderungan untuk transportasi dengan pemaparan ke akun naratif yang diberikan dipengaruhi oleh atribut teks. Di antara atribut moderat ini adalah tingkat pengerjaan artistik dan tingkat kepatuhan terhadap format naratif.

5. Kecenderungan untuk transportasi dengan pemaparan ke akun naratif yang diberikan dipengaruhi oleh atribut konteks (media). Di antara atribut moderat ini mungkin aspek konteks atau media yang membatasi peluang untuk investasi imajinatif dan respons partisipatif (Green & Brock, 2005 : 125)

Teori *Transportation Imagery Model* memiliki kaitan erat dengan penelitian ini, di mana hasil yang diharapkan dari penelitian ini membutuhkan pandangan teoritis untuk menjawab bagaimana keterlibatan narasi dalam perilaku *binge watching*. Hal ini karena penelitian melibatkan atribut media berupa K-Drama medis yang menjadi pesan persuasif agar seseorang mampu terlibat dalam sebuah cerita dan menimbulkan perilaku *binge watching*. Dengan adanya teori ini mampu menunjukkan kondisi psikologis seseorang ketika bertransportasi ke narasi, di mana seseorang mampu terbawa dalam dunia narasi dan meninggalkan dunia aslinya untuk sementara waktu. Teori inilah yang akan digunakan untuk menjelaskan bagaimana pengalaman Generasi Z sebagai pecinta K-Drama saat menonton dan ter-transportasi dengan narasi yang tergambarkan pada K-Drama medis.

### **2.2.3. Narrative Engagement**

Buselle & Bilandzic dalam Miranti & Nugraha (2023) menyatakan *Narrative Engagement* atau keterlibatan naratif merupakan pengalaman psikologis seseorang yang terlibat secara mendalam seolah terlarut dalam sebuah cerita dan merasa terhubung dengan plot serta karakternya. Keterlibatan naratif memiliki banyak kesamaan konseptual dengan transportasi dan penyerapan dunia cerita, di mana seseorang menjadi lebih terlibat dalam sebuah narasi ketika mendapatkan kenikmatan cerita yang lebih besar dan membawa pengaruh yang besar bagi pembaca, pendengar, atau penonton itu sendiri. Ini sejalan dengan hasil penelitian dalam Bussell & Bilandzic (2017) bahwa sejauh mana seseorang terlibat, terbawa, atau tenggelam dalam sebuah narasi memengaruhi potensi narasi tersebut untuk memengaruhi sikap dan keyakinan terkait cerita selanjutnya.

Terdapat beberapa konstruksi yang mampu menggambarkan aspek keterlibatan narasi, diantaranya adalah *Transportation* (transportasi), *Identification*

(identifikasi), *Presence* (kehadiran), dan *Flow* (aliran). Namun, dari setiap konstruksi ini terdapat tantangan berupa kebutuhan yang lebih besar mengenai perannya dalam pengalaman naratif. Maka dari itu, Bussell & Bilandzic mengembangkan skala untuk mengukur keterlibatan naratif yang didasarkan pada pendekatan model mental terhadap pemrosesan naratif, tidak terbatas hanya pada media baca, melainkan juga media audio visual, seperti media yang dijadikan sebagai objek penelitian ini, yaitu sebuah tayangan serial drama Korea. Model mental memberikan kerangka teoritis untuk mengurai dan menafsirkan proses-proses yang harus dilibatkan dalam pengalaman naratif. Selain itu juga memberikan kerangka kerja untuk memahami bagaimana proses-proses yang dilibatkan itu dapat mempengaruhi sebuah cerita (Bussell & Bilandzic, 2017)

Perspektif model mental dalam *narrative engagement* menunjukkan bahwa aliran dengan atau transportasi ke dalam sebuah narasi terjadi ketika pembaca atau pemirsa menjadi benar-benar fokus pada aktivitas pemahaman, menciptakan dan memperbarui model mental dan mewakili cerita yang mungkin melibatkan proses kognitif dan emosional seseorang (Bussell & Bilandzic, 2017). Pengalaman mental dalam mengolah narasi adalah proses yang dinamis, melibatkan aktivitas mental yang tercermin dalam proses fisiologis terkait dengan perhatian dan mobilisasi emosi oleh narasi film. Konstruksi yang dilakukan penonton terus bergerak ketika peristiwa terjadi dan situasi berubah, sambil mengingat peristiwa sebelumnya dan membuat prediksi tentang bagaimana cerita akan berkembang ke depan (Miranti & Nugraha, 2023)

*Narrative engagement* membuat individu menjadi lebih fokus terhadap alur cerita dan mudah memahami cerita, sehingga penonton dibuat merasa berada di dunia yang lain dan merasakan apa yang dialami oleh karakter (Miranti & Nugraha, 2023) atau dalam kata lain timbul sikap empati, yaitu cerminan perasaan seseorang atas pengalaman emosional karakter (Bussell & Bilandzic, 2017). Hyejung Ju dalam Miranti & Nugraha (2023) mengatakan bahwa hal ini menyebabkan seseorang mengintegrasikan kehidupan dan pikirannya secara penuh pada narasi fiksi dan menimbulkan adanya keinginan untuk mempertahankan kecepatan menonton hingga mencapai kesimpulan cerita.

Sementara Green mengatakan bahwa hasil dari *narrative engagement*, dampaknya dapat menimbulkan emosi yang kuat, sehingga menginspirasi penonton untuk menonton beberapa episode berturut-turut. Pengalaman naratif yang lebih menarik akan menghasilkan kenikmatan dan efek yang lebih besar. Kenikmatan yang dimaksud adalah pengalaman yang berasal dari bangkitnya emosi penonton (Miranti & Nugraha, 2023).

Pemahaman penonton terhadap alur cerita dan perasaan emosional yang timbul dari karakter menunjukkan adanya proses kognitif. Sejalan dengan teori *Transportation Imagery Model*, bahwa proses pemahaman oleh penonton dapat menyebabkan mereka melupakan waktu dan terlepas dari kesadaran akan dunia nyata, sehingga mereka dapat sepenuhnya fokus tanpa adanya gangguan atau distraksi. Namun, nyatanya tidak menutup kemungkinan bahwa ketika penonton mengintegrasikan waktunya untuk menikmati alur cerita, distraksi atau gangguan bisa datang dari kondisi yang diluar kendali seperti kondisi lingkungan, kondisi fisik, gangguan visual, teknologi, atau bahkan dari elemen narasi itu sendiri yang justru dapat mengalihkan perhatian dari pemahaman seseorang.

Elemen narasi yang dimaksud dapat berupa cacat plot, perilaku yang tidak sesuai dengan motivasi karakter, atau penggambaran yang tidak sesuai dengan pengetahuan dunia nyata atau konvensi genre yang lazim. Penilaian realisme seperti itu mungkin terjadi ketika menonton, tetapi perhatian beralih ke inkonsistensi yang tidak dapat dijelaskan. Saat menonton, aktivitas utama dari keterlibatan naratif adalah pemahaman, Bussell & Bilandzic berasumsi bahwa mengamati kejadian-kejadian yang tidak konsisten (tidak realistis) selama pengalaman naratif akan mengganggu keterlibatan dalam cerita (Bussell & Bilandzic, 2017). *Narrative Engagement* memiliki dasar atau alat ukur yang menggunakan model mental terhadap pemrosesan naratif. Adapun, 4 dimensi yang dijadikan skala *measuring narrative engagement* adalah:

**1. *Narrative Understanding* (Pemahaman Naratif):**

Pemahaman narasi dinilai sebagai kemudahan dalam memahami sebuah narasi, atau dari sudut pandang model mental, kemudahan dalam membangun model makna. Seseorang dapat dikatakan mencapai pemahaman sebagai aktivitas utama dari keterlibatan naratif ketika mereka

tidak menyadari bahwa pemahaman tersebut berkembang dengan lancar. Sedangkan jika mereka tersadar, maka pemahaman yang diperoleh terputus-putus. Sifat yang asimetris inilah yang mencerminkan realitas pengalaman naratif (Bussell & Bilandzic, 2017).

2. ***Attentional Focus (Fokus Perhatian):***

Fokus perhatian merupakan dimensi yang menjelaskan bahwa penonton yang benar-benar terlibat dalam sebuah narasi seharusnya tidak sadar akan perhatian yang terfokus. Mereka menjadi sadar hanya jika perhatiannya melayang atau harus difokuskan kembali. Ada kemungkinan bahwa pemrosesan narasi yang lancar dan tidak adanya gangguan dapat mempengaruhi sensasi di dimensi berikutnya yaitu keterlibatan emosional dan kehadiran narasi (Bussell & Bilandzic, 2017).

3. ***Emotional Engagement (Keterlibatan Emosional):***

Keterlibatan emosional merupakan bentuk perasaan yang timbul dari adanya penghayatan emosional karakter. Dimensi ini tampak spesifik pada komponen gairah emosional dalam keterlibatan naratif. Emosi yang dimaksud tidak menentu pada satu spesifik tertentu. Hal ini memungkinkan untuk merepresentasikan emosi yang tidak ditentukan pada salah satu emosi atau spesifik tertentu, melainkan mampu mewakili berbagai komponen emosi. Hal ini berguna karena narasi dapat membangkitkan keseluruhan emosi, tetapi sulit untuk memprediksi emosi mana yang ditimbulkan oleh narasi tertentu (Bussell & Bilandzic, 2017).

4. ***Narrative Presence (Kehadiran Narasi):***

Kehadiran narasi merupakan suatu sensasi di mana seseorang telah meninggalkan dunia nyata dan memasuki cerita. Salah satunya adalah fokus yang intens, sehingga mengakibatkan hilangnya kesadaran terhadap diri sendiri dan lingkungan sekitar. Adapun, yang menjadi ciri khas narasi adalah sensasi memasuki ruang dan waktu lain. Bussell & Bilandzic melihat sensasi pertama adalah hilangnya kesadaran akan dunia nyata yang kemudian mejadi fungsi fokus pada aktivitas, dan sensasi terakhir sebagai hasil konstruksi mental di dunia alternatef (Bussell & Bilandzic, 2017).

Konsep *narrative engagement* sangat erat kaitannya dengan penelitian, khususnya konsep yang dikembangkan oleh Bussell & Bilandzic, di mana penelitian ini menggunakan K-Drama Medis sebagai media persuasi *edutainment*, yang merupakan media audio visual. Adapun, dimensi yang digunakan sebagai alat ukur penelitian ini diharapkan mampu menjelaskan bagaimana pengalaman transportasi Generasi Z saat melakukan *binge watching*, dilihat dari pemahaman naratif, focus perhatian, keterlibatan emosional, hingga kehadiran narasinya yang mampu membawanya berwisata kedalam narasi medis yang ada pada K-Drama tersebut.

#### **2.2.4. Binge Watching**

*Binge watching* merupakan fenomena atau pola perilaku yang relatif baru dan mengalami peningkatan popularitas sejak tahun 2013, di mana pada akhirnya menjadi salah satu cara paling yang banyak dilakukan oleh masyarakat untuk menghabiskan waktu luang, terutama di kalangan anak muda. Perilaku ini mulai mendapatkan popularitas sebagai hasil dari pengembangan beberapa *platform streaming on-demand* seperti Netflix, Amazon Prime Video, Disney+ Hotstar, MAXstream, Vidio dan sebagainya. *Binge watching* memiliki definisi yang berbeda-beda, di mana perilaku ini dilihat dengan mempertimbangkan jumlah episode yang ditonton selama satu sesi, frekuensi sesi *binge watching*, hingga konten yang ditonton. Namun, secara garis besar, *binge watching* merupakan kegiatan menonton beberapa episode serial TV sekaligus dalam satu kesempatan (Starosta & Izydorczyk, 2020)

Griffee dalam Librani, Ruliana, & Yulianto (2020) menyatakan istilah *binge watching* hanya berlaku pada media yang bukan Televisi dan menyiratkan kesenangan atau kehilangan kendali. Salah satu aspek dari kegiatan "*binge watching*" adalah faktor fundamental yang mencakup menonton beberapa episode dalam satu waktu dan mengonsumsi episode dari satu program lebih dari sekali dalam seminggu. Sementara itu, faktor impulsif yang merupakan bagian dari "*binge*" atau berlebihan dari *binge watching* menunjukkan perilaku menonton lebih

dari yang direncanakan, serta pengalaman waktu berlalu dengan cepat saat menonton (Libriani, Ruliana, & Yulianto, 2020)

Menurut Shim & Kim (2018) pada penelitian *An Exploration of the Motivations for Binge watching TV Dramas among South Korean Viewers and the Role of Individual Differences*, ada lima faktor motivasi yang menjadi dasar bagi seseorang dalam melakukan kegiatan *binge watching*, yaitu: (1) *Enjoyment* (dorongan untuk mendapatkan kesenangan dan hiburan), (2) *Efficiency* (dorongan untuk mendapatkan kenyamanan dan efisiensi dalam mengonsumsi media), (3) *Recommendation from others* (dorongan untuk menghindari menonton sesuatu yang kurang menarik berdasarkan rekomendasi orang lain), (4) *Perceived control* (dorongan untuk merasa memiliki kendali atas konsumsi media), dan (5) *Fandom* (dorongan untuk menonton suatu acara TV karena mencintai karakter di dalamnya) (Libriani, Ruliana, & Yulianto, 2020)

Sementara Conlin dalam Miranti & Nugraha (2023) bahwa salah satu prediktor paling penting dari perilaku *binge watching* adalah imersi yang mendalam dalam narasi dari dunia fiksi sering kali menimbulkan keterlibatan emosional dan kognitif yang tinggi dengan cerita, serta menyebabkan identifikasi dengan karakter-karakter di dalamnya. Hal ini menunjukkan bahwa faktor utama yang mendasari *binge watching* adalah kualitas narasi atau plot dari serial televisi. Selain itu, pengembangan dan penyampaian cerita juga memiliki potensi menjadi mekanisme yang mendasari *binge watching* (Starosta & Izydorczyk, 2020).

Selain itu, Flayelle dalam Miranti & Nugraha (2023) mengatakan bahwa motif imersi dalam narasi drama juga berperan sebagai dorongan dalam perilaku *binge watching*, terkait dengan kebutuhan untuk merasakan imersi dalam cerita yang menghibur dan memberikan relaksasi, serta membantu mengalihkan pikiran untuk mengatasi kebosanan, menunjukkan keinginan untuk terlibat sepenuhnya dalam narasi. Hal ini memungkinkan penonton untuk melarikan diri ke dunia fiksi, merasakan kenyamanan, dan mendapatkan ketenangan. Sementara karakter-karakter yang menarik dalam cerita dapat memicu keterlibatan emosional dan kognitif yang tinggi dengan narasi, yang mungkin mengakibatkan kehilangan kendali atas waktu yang dihabiskan untuk aktivitas tersebut (Starosta & Izydorczyk, 2020)

Penonton yang melakukan *binge watching* mendapatkan pengalaman psikologis dari keterlibatan narasi (*narrative engagement*). Perilaku ini sering kali melibatkan pengalaman mendalam dalam dunia fiksi, yang terkait dengan keterlibatan emosional dan kognitif yang kuat dengan cerita dari program yang ditonton serta identifikasi dengan karakternya (Starosta & Izydorczyk, 2020). Penelitian oleh Pittman dan Steiner (2019) dalam Miranti & Nugraha (2023) menunjukkan hasil bahwa terdapat hubungan yang positif antara *narrative engagement* dengan *binge watching*, di mana semakin tinggi tingkat keterlibatan penonton dalam narasi, semakin sering mereka melakukan *binge watching*. Sementara menurut Green dalam Miranti & Nugraha (2023) efek dari keterlibatan dalam narasi atau *narrative engagement* dapat memicu respons emosional yang mendorong penonton untuk menonton beberapa episode secara berturut-turut. Dengan adanya hubungan yang positif, maka hal ini sejalan dengan penelitian, yakni untuk melihat bagaimana keterlibatan narasi dalam perilaku *binge watching* ini dapat berpengaruh bagi pengalaman transportasi Generasi Z ke dalam narasi K-Drama medis dan konsep ini digunakan untuk melihat seberapa besar tingkat *binge watching* seseorang untuk dapat dikatakan terlibat dalam sebuah narasi.

#### **2.2.5. K-Drama Medis**

Secara umum, drama merupakan suatu kisah atau problematika yang dijadikan aksi untuk menggambarkan kehidupan melalui watak, tingkah laku, atau dialog yang dipentaskan. Menurut Moulton dalam Ramadhan, Hadi, & Fajri (2022) Drama Korea memiliki arti sebuah drama yang menceritakan tentang suatu kehidupan di masyarakat Korea baik secara fiksi maupun non fiksi. Drama Korea menjadi salah satu tontonan yang populer, tidak hanya bergengsi di negeri gingseng, melainkan juga di berbagai negara, termasuk Indonesia (Ramadhan, Hadi, & Fajri, 2022)

Umumnya, Drama Korea memiliki berbagai macam tema yang diangkat dan dikemas dengan menarik, seperti tema hukum, psikologis, pendidikan, politik, hingga medis. Sementara pada aspek genre, drama Korea banyak didasarkan pada genre romantis, sejarah, komedi, *thriller*, *horror*, *action*, keluarga, atau drama yang

digabungkan dari berbagai genre. Dengan genre yang modern, drama Korea seringkali melibatkan berbagai konflik yang menunjukkan kesalahpahaman besar, rintangan, hubungan tidak harmonis, cinta segitiga, dan berbagai konflik yang menjadi pemanis cerita (Amaliah, 2020)

Pada penelitian ini, peneliti fokus pada drama Korea bertema medis. Drama medis pertama kali ditayangkan pada awal tahun 1950-an di Amerika Serikat. Narasi drama medis berpusat pada peristiwa dan karakter dalam lingkungan medis, paling sering adalah rumah sakit perkotaan kontemporer, dengan fokus khusus pada prosedur medis (Piscarac, 2016). Secara umum, K-Drama medis merupakan drama yang fokus pada kehidupan dokter, perawat, hingga pasien di rumah sakit. Drama ini seringkali menggambarkan kehidupan sehari-hari di lingkungan rumah sakit dan berbagai peristiwa medis yang ada pada narasi. K-Drama medis sering menyelipkan elemen romantis, konflik interpersonal, hingga pertarungan melawan penyakit yang memilukan (Piscarac, 2016)

Salah satu ciri khas K-Drama medis adalah penekanan pada hubungan antar karakter yang ada dalam rumah sakit, berbeda dengan serial Amerika yang lebih fokus pada individu karakter. Selain menyoroti kolaborasi antar dokter, perawat, dan staff medis, karakteristik K-Drama medis tak jarang menampilkan dinamika antarpribadi kolektif seperti rivalitas atau persaingan sengit antar karakter dokter. Hal ini menghasilkan narasi yang kompleks dan mendalam, di mana tidak hanya fokus pada penanganan medis, melainkan juga dinamika emosional dan hubungan antar karakter yang umumnya mencerminkan nilai-nilai sosial lokal dan antagonis (Piscarac, 2016). Selain itu, K-Drama medis biasanya berpusat pada niat tersembunyi dari salah satu karakter utama, sementara setiap episode mengembangkan plot sekunder yang lebih kecil yang dihasilkan dari masuknya pasien secara terus-menerus ke rumah sakit. Fitur ini juga merupakan tempat setiap drama menghadirkan orisinalitasnya, dengan menghadirkan alur cerita yang melampaui ruang operasi dan menyentuh isu-isu sosial yang sensitif seperti diskriminasi, korupsi institusi, etika profesional, tradisi vs modernitas dan bahkan dalih agenda politik Selatan-Utara (Piscarac, 2016).

Sebagian besar K-Drama medis menampilkan berbagai kasus medis yang kompleks, tetapi mengandung cerita yang menarik. Adapun, melalui setiap kasus

yang dihadapi karakter yang ada, penonton mampu mendapatkan pengetahuan tentang berbagai penyakit, diagnosis, ataupun prosedur medis. Beberapa K-Drama medis juga mengambil inspirasi dari kisah nyata atau penelitian medis terbaru untuk memberikan konten yang mendalam dan informatif. Selain itu, K-Drama medis juga menggambarkan tantangan moral dan etika yang dihadapi oleh para profesional medis, yakni mencakup pertimbangan tentang pengobatan pasien, hak untuk hidup, atau konflik antara kepentingan individu dan kepentingan umum (Piscarac, 2016).

Karakter K-Drama yang dihadapkan pada berbagai tantangan, mulai dari masalah emosional hingga situasi hidup dan mati yang memerlukan keterlibatan pribadi dan keterampilan bedah sepenuhnya. Ketika mereka melampaui kesulitan-kesulitan ini, mereka berkembang menjadi spesialis medis yang sangat kompeten yang tidak hanya menguasai ketepatan pisau bedah, tetapi juga menemukan diri mereka sendiri dan memahami pentingnya kasih sayang terhadap pasien dan orang-orang terkasih. Seringkali, hal ini juga diterjemahkan menjadi momen kesadaran, ketika para dokter yang sudah lama bersaing saling mengakui keterampilan satu sama lain dan menunjukkan rasa saling menghormati tanpa syarat (Piscarac, 2016)

Selain itu, K-Drama medis juga memberikan pendalaman pada karakter dan memungkinkan penonton untuk lebih terhubung dengan cerita, menggambarkan perjuangan dan pengorbanan yang dilakukan profesional medis untuk menyelamatkan nyawa pasien. Hal ini menciptakan narasi yang penuh emosi, baik dalam aspek kebahagiaan maupun kesedihan, di mana penonton seringkali dibawa pada perjalanan emosional yang intens. Di sisi lain, K-Drama medis juga mengenalkan berbagai elemen budaya Korea untuk mempertahankan orisinalitas cerita.

Penelitian ini menggunakan K-Drama Medis sebagai salah satu konsep dalam penelitian untuk dijadikan media persuasi *edutainment* dalam proses transportasi suatu individu, melihat bahwa K-Drama selalu mengandung atau narasi yang menarik didukung oleh berbagai elemen narasi yang termuat. Dengan menjadikan medis sebagai fokus tema pilihan, peneliti dapat melihat bagaimana pengalaman transportasi individu ketika terbawa dalam narasi tersebut, meliputi adegan yang berupaya untuk menggambarkan gambaran nyata dunia medis yang

sesungguhnya, di mana setiap adegan yang menunjukkan profesional kerja pihak yang bersangkutan dengan profesi medis ini sangat krusial untuk di gambarkan dalam sebuah media persuasi, Oleh karena itu konsep ini dirasa tepat dan relevan untuk penelitian ini.

#### **2.2.6. Generasi Z**

Generasi Z merupakan kelompok demografi terbesar dengan total 27.94% dari total populasi 74.93 juta orang di Indonesia, yakni generasi yang lahir di anantara tahun 1997 hingga 2012. Kalangan ini menjadi generasi yang tumbuh dalam bersama perkembangan era teknologi digital, di mana internet, media sosial, hingga perangkat mobile menjadi bagian yang integral dari kehidupan sehari-hari mereka. Jika dibandingkan dengan generasi sebelumnya, Gen Z cenderung lebih terhubung dengan teknologi dan memiliki tingkat literasi digital yang tinggi, di mana Generasi Z juga banyak menghabiskan waktu dengan teknologi dalam setiap aktivitasnya dan menjadi masyarakat digital yang sebenarnya (Astuti, 2021).

Generasi Z telah mempengaruhi berbagai aspek budaya, sosial, dan ekonomi dengan cara yang unik. Mereka cenderung lebih individualis, progresif, dan inklusif dalam pandangan mereka terhadap dunia. Salah satu karakter Gen Z yang menggunakan teknologi sebagai alat utama untuk belajar dan berkomunikasi ini cenderung pola konsumsi informasi dalam format pesan yang cepat, interaktif, dan singkat berupa video atau konten visual. Selain itu, dengan adanya generasi internet ini memberikan tantangan dalam berbagai bidang, salah satunya adalah media massa, di mana jenis media ini harus berusaha mengembangkan diri dengan memiliki *platform* digital agar mampu beradaptasi dengan perkembangan internet dan menyesuaikan dengan karakter Generasi Z sebagai konsumen media massa (Astuti, 2021).

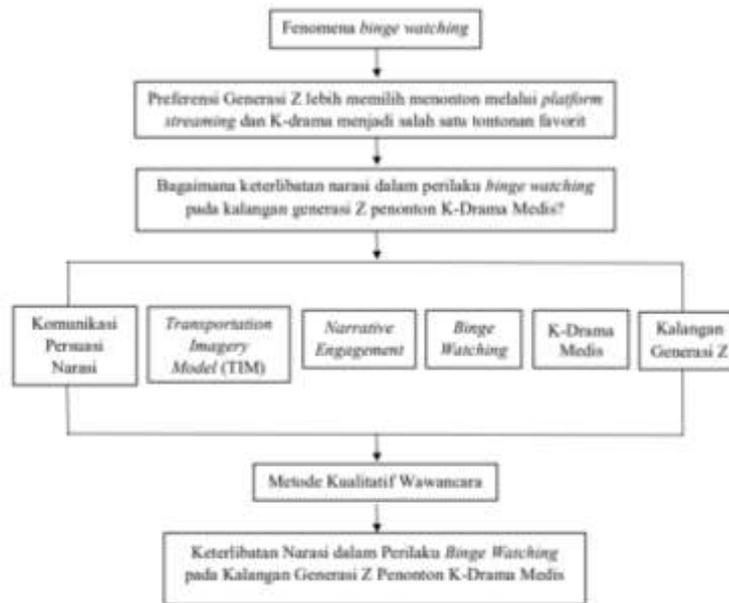
Davi Stillman & Jonah Stillma dalam Zhawwier (2021) mengungkapkan bahwa terdapat 7 sifat utama yang dimiliki oleh Generasi Z, diantaranya Figital (Fisik-Digital), Hiper-kustomisasi, Realistis, FOMO (*Fear of Missing Out*), *Weconomist*. DIY (Do-It-Yourself), dan Terpacu. Sementara dalam Aeni (2022)

menyebutkan terdapat ciri-ciri khusus Generasi Z yang membuat mereka dikenali, diantaranya adalah:

1. Tidak bisa lepas dari internet dan smartphone  
Sebagai generasi yang hidup di era perkembangan teknologi, mereka sangat akrab dengan smartphone dan internet sehingga mereka menjadi mahir dalam menggunakan social media, tidak hanya sebagai media komunikasi saja, tetapi juga untuk berkarya, bekerja, dan belajar.
2. Umumnya memiliki orangtua dari generasi X  
Secara umum, gen Z lahir dari generasi X, yaitu generasi yang lahir di era 19-65-1979, dan pada saat teknologi belum tercipta
3. Memiliki pengetahuan finansial yang baik  
Generasi Z memiliki orientasi finansial yang baik, sangat berhati-hati dalam urusan finansial, dan memiliki pembekalan diri dengan pengetahuan finansial sejak kecil.

Dalam konteks perilaku menonton film, Berdasarkan penelitian IDN *research institute* dengan judul “Indonesia Gen Z report 2024” menunjukkan bahwa mayoritas dari Gen Z, tepatnya sebanyak 65% dari total responden lebih memilih menonton film dan program serial melalui layanan *streaming* dibandingkan pergi ke bioskop. Hal ini didasari oleh berbagai alasan, di mana faktor utamanya dipengaruhi oleh harga yang lebih terjangkau, tidak melibatkan pengeluaran lain seperti harga tiket, transportasi, biaya parkir, hingga makan. Selain itu Gen Z juga cenderung lebih memilih menggunakan *platform* layanan *streaming* untuk mengejar tayangan yang film yang di tonton agar tidak ketinggalan. Hal ini sejalan dengan karakter yang dimiliki oleh Gen Z, yaitu FOMO atau *Fear of Missing Out* (Aniza, 2024) dan berkaitan dengan penelitian yang dijalankan yakni dengan fokus pada keterlibatan narsi dan *binge watching*, di mana Gen Z merupakan generasi yang memiliki karakter FOMO, sehingga menciptakan tekanan untuk menonton konten secara berlebihan. Ini merujuk pada perilaku *binge watching* Generasi Z dalam menonton film/serial pada *streaming platform*, khususnya K-Drama Medis.

### 2.3. Kerangka Berpikir



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Berangkat dari adanya fenomena *binge watching* atau perilaku menonton berlebih sejumlah beberapa episode dalam satu waktu ini menjadi latar belakang dibentuknya penelitian ini. Kemudian berdasarkan tren yang terlihat dalam beberapa tahun terakhir, dapat dikatakan bahwa kalangan Generasi Z memiliki minat yang signifikan terhadap Drama Korea, sejalan dengan preferensi mereka yang lebih memilih untuk menonton program serial melalui *platform streaming*. Adapun, tema medis menjadi salah satu yang populer dari banyaknya tema K-Drama. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk melihat bagaimana keterlibatan narasi dalam perilaku *binge watching* pada kalangan Generasi Z penonton K-Drama Medis, didukung oleh berbagai teori dan konsep yang relevan, diantaranya adalah Komunikasi Persuasi Narasi, *Transportation Imagery Model*, *Narrative Engagement*, *Binge Watching*, K-Drama Medis, dan Generasi Z, sehingga hasil yang diperoleh diharapkan dapat menjawab rumusan masalah terkait keterlibatan narasi dalam perilaku *binge watching* pada kalangan Generasi Z penonton K-Drama Medis.