

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini, disajikan penelitian – penelitian terdahulu yang mendukung keinginan untuk meneliti suatu masalah berdasarkan relevansi penelitian sebelumnya. penelitian terdahulu juga berguna bagi peneliti sebagai referensi dalam penelitian. Berikut adalah penjelasan terkait penelitian terdahulu.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

N o	Judul Penelitian Penulis Tahun	Afiliasi Universitas	Metode Penelitian	Kesimpulan	Saran	Perbedaan dengan Skripsi ini
1	Analisis Resepsi Etos Kerja Dalam Drama Korea Start-Up Daffa Arka Rahina 2022	Universitas Islam Indonesia	Metode Kualitatif Analisis Resepsi	Kesimpulan dari penelitian ini, berdasarkan hasil wawancara mengenai pemakaian yang diungkapkan menunjukkan bahwa secara umum, jawaban dari responden cenderung mengarah kepada dominan hegemonik terhadap konsep etos kerja yang dipresentasikan dalam drama tersebut.	Berdasarkan temuan penelitian, penulis merekomendasikan agar penelitian selanjutnya membandingkan dua judul drama yang memiliki tema serupa. Hal ini bertujuan untuk mendiskusikan etos kerja yang diperlihatkan dalam kedua judul tersebut, serta untuk mengembangkan penelitian lebih lanjut dengan mempertimbangan konsep – konsep lain yang terkait dengan hustle culture (budaya kerja keras) sehingga dapat memperluas literatur mengenai etos kerja dalam penelitian selanjutnya	Penelitian ini difokuskan kepada analisis etos kerja yang dipresentasikan dalam drama Korea Start-Up. Sementara penelitian penulis berfokus pada eksplorasi realitas profesi Public Relation yang ditampilkan dalam drama korea “Race”
2	Pemakaian Penonton Terhadap Diskrimina	Universitas Pembanguna Jaya	Metode Kualitatif Deskripti	Berdasarkan hasil wawancara, kesimpulan dari penelitian ini	Penulis menyarankan di lingkungan	Penelitian ini menitikberatkan pada analisis

si Kerja Penyandang g Tuli Dalam Web Series Isyarat Risna Dwi Retno Handayani 2021	f Analisis Resepsi	menunjukkan bahwa pemaknaan penonton dari kalangan pekerja terhadap diskriminasi kerja terhadap penyandang tuli cenderung berada pada posisi pemaknaan dominan hegemonik dan pemaknaan negosiasi	akademis, perlu dilakukan penelitian serupa dengan menggunakan kelompok sampel yang berbeda sebagai informan, dengan membandingkan respons antara pekerja dan non – pekerja. Selanjutnya, dalam konteks praktis disarankan untuk menyampaikan pesan persuasif yang mengedukasi sambil menghibur (edutainment), yang dapat dikemas untuk mengangkat isu – isu yang dihadapi oleh penyandang disabilitas lainnya. Misalnya, memproduksi lebih banyak film yang dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pengalaman hidup penyandang disabilitas, terutama dalam konteks diskriminasi di tempat kerja.	diskriminasi kerja terhadap individu penyandang tuli dalam seri web isyarat. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh penulis difokuskan pada eksplorasi realitas profesi public relations yang digambarkan dalam drama Korea “Race”	
3 Analisis Resepsi Penonton Drama Korea True Beauty mengenai Pertukaran Peran Gender Jenna Sania 2022	Universitas Islam Indonesia	Metode Kualitatif Analisis Resepsi	Kesimpulan dari penelitian ini, berdasarkan wawancara yang dilakukan, menunjukkan bahwa terdapat dua kategori posisi dalam menginterpretasik an pesan, yaitu posisi yang dinegosiasikan dan posisi yang berlawanan.	Penulis merekomendasika n untuk penelitian berikutnya untuk melakukan eksplorasi yang lebih mendalam tentang konsep pertukaran peran gender di Indonesia dan Korea pada berbagai periode waktu, serta memperhatikan ddengan cermat latar belakang informan untuk memudahkan	Penelitian ini berfokus pada Pertukaran Pperan Gender pada Drama Korea True Beauty. Sedangkan penelitian penulis berfokus pada Realitas Profesi Public Relations Pada Drama Korea “Race”

identifikasi
informan yang
dapat
memberikan
analisis yang
mendalam terkait
isu tersebut.

Dari tiga penelitian terdahulu dan penelitian ini sama – sama menggunakan metode analisis resepsi. Selain itu, kesamaan lainnya adalah penerapan teori resepsi (encoding – decoding) dari Stuart Hall. Kebaruan yang ingin ditonjolkan dalam penelitian ini adalah pemaknaan penonton mengenai tugas dan fungsi konsultan public relations pada drama korea “Race” pada praktisi public relations.

2.2 Teori dan Konsep

2.2.1 Teori Resepsi (Stuart Hall)

Analisis resepsi adalah pendekatan yang digunakan untuk mempelajari respons audiens terhadap media, dengan fokus pada penilaian atau penafsiran mereka terhadap karya tersebut. Pendekatan ini pertama kali dikenalkan oleh Stuart Hall, yang merupakan seorang tokoh penting dalam kajian budaya, yang menguraikan proses encoding dan decoding. Menurut Aligwe et al. (2018) penjelasan mengenai cara teori resepsi beroperasi adalah dengan produser mengemas makna dari suatu program menggunakan berbagai simbol atau tanda. Hal ini menggambarkan bagaimana cara pesan media dikodekan (encoded) dan disebarluaskan oleh encoder. Kemudian, penonton menafsirkan pesan – pesan yang ada sesuai dengan ideologi atau konteks sosial dan budaya dari mereka sendiri. Hal ini menggambarkan bagaimana pesan dapat diartikan oleh dekoder (penerima pesan media).

Menurut McQuail (2000:73) dalam (Delya, Sakuri, & Sugiharto , 2022) Analisis resepsi ini bermanfaat untuk mengeksplorasi dampak kontekstual dalam penggunaan media dan interpretasi yang dilakukan oleh audiens. Secara prinsip, pendekatan analisis resepsi menyoroti penggunaan media sebagai refleksi dari konteks budaya – sosial serta sebagai hasil dari cara di mana audiens memberikan interpretasi terhadap teks media, yang dipengaruhi oleh produk – produk budaya

dan pengalaman media yang dialami oleh audiens ketika mereka mengonsumsi pesan yang disampaikan oleh media (Viranti, M.M & Yuliawati, E).

Analisis Resepsi menurut Christian Schroder (2016) adalah salah satu dari jenis penelitian yang mengkaji sebuah pengalaman dan makna yang dihasilkan oleh individu adalah penelitian khalayak. Penelitian ini untuk mengungkap bagaimana individu berinteraksi dengan produk media yang sudah dibentuk baik dalam bentuk teks verbal dan visual, atau disebut juga sebagai wacana, dalam konteks pertemuan mereka dengan media.

Ciri utama dari teori analisis resepsi ini adalah bahwa dalam penerapannya, lebih ditekankan pada cara isi dan makna pada sebuah teks media agar dipahami oleh audiens atau penontonnya (Ardila, 2021). Penonton atau audiens yang dimaksud di sini adalah individu yang terlibat secara langsung atau aktif dalam hal ini untuk menggali makna dari berbagai media, meskipun mereka telah terpapar oleh media dari berbagai sumber (Hawari, 2019). Ini menunjukkan bahwa penonton tidak bersifat pasif tetapi aktif dalam menafsirkan informasi yang mereka terima melalui media.

Dalam teori resepsi yang dikembangkan oleh Stuart Hall ini perhatiannya terutama berfokus pada proses dari encoding dan decoding. Encoding yang merujuk dalam analisis mengenai konteks sosial dan politik tempat media di produksi. Sedangkan decoding mengacu pada cara konsumen mengonsumsi isi media tersebut (Stuart Hall dalam (Mulia, 2022)). Penelitian ini akan menggunakan pendekatan analisis resepsi yang mengacu pada kerangka encoding atau decoding yang diperkenalkan oleh Stuart Hall. Teori resepsi Stuart Hall mengenali tiga jenis tipe interpretasi yang dilakukan oleh audiens terhadap pesan pada media, yaitu interpretasi dominan, interpretasi negosiasi dan interpretasi oposisi. Dari ketiga tipe – tipe interpretasi tersebut ditentukan oleh posisi yang diambil oleh audiens ketika mereka membaca sebuah teks. Posisi – posisi tersebut mencakup posisi dominan atau hegemonik, posisi negosiatif dan posisi oposisional (Briandana & Azmawati, 2020).

Bahwa ada tiga jenis interpretasi atau kategori yang dapat dimiliki oleh khalayak atau audiens saat mereka memaknai isi pesan dari sebuah konten atau media (Ghassani & Nugroho, 2019) yaitu sebagai berikut:

1. Posisi Dominan – Hegemoni (*dominant-hegemonic reading*)

Posisi Hegemoni Dominan (*Dominant Hegemonic*) ini ketika media menyampaikan pesan atau konten kepada audiens dan audiens tersebut memberikan respons dengan menyukai, setuju atau sejalan dengan konten yang diberikan. Pesan yang disampaikan oleh media ini biasanya mencerminkan budaya dominan di dalam masyarakat. Tidak hanya itu, lalu terdapat nilai – nilai, sikap, keyakinan dan asumsi dari audiens yang terkait dengan konten media tersebut sehingga audiens bisa sepenuhnya memahami dan menerima makna yang disampaikan oleh media

2. Posisi Negosiasi (*Negotiated Reading*)

Dalam posisi negosiasi ini, audiens mencampurkan interpretasi yang mereka dapatkan atau peroleh dengan pengalaman sosial yang mereka alami secara spesifik. Audiens yang termasuk ke dalam kategori negosiasi yang berada diantara penerimaan dan penolakan terhadap interpretasi pesan tersebut. Dengan kata lain, audiens menerima ideologi dominan yang disampaikan dalam suatu konten atau pesan oleh media, namun juga audiens menolak implementasinya dalam beberapa kasus tertentu. Ideologi dominan yang bersifat umum dapat diterima oleh audiens, namun dalam prakteknya ideologi tersebut harus disesuaikan dengan aturan dan budaya lokal yang berlaku. Oleh karena itu, tidak semua ideologi dapat diaplikasikan dan tidak semua pesan dapat diterima oleh audiens

3. Posisi Oposisi (*Oppositional Reading*)

Dalam posisi oposisi ini, audiens sering dianggap sebagai individu yang sangat kritis dalam menilai pesan yang disampaikan oleh media, dan audiens mampu untuk membentuk pandangan alternatif milik mereka sendiri. Posisi oposisi ini atau pembacaan oposisional adalah ketika audiens tidak setuju terhadap pesan media dan menolak maknanya. Pada akhirnya, audiens menentukan alternatif lain dalam menginterpretasikan atau memahami pesan tersebut (Rofi & Rakhmad , 2020)

Dalam analisis Resepsi ini interpretasi dari posisi negosiasi ini melibatkan kombinasi dari pemaknaan yang diinginkan (*Preferred Reading*) dan pemaknaan yang berlawanan (*Kertanegara , 2020*). Dalam interpretasi dari posisi negosiasi,

audiens tidak sepenuhnya menyetujui atau menolak dari preferred reading atau ideologi dominan yang ada dalam masyarakat. Namun, mereka memiliki kepentingan pribadi atau pendapat pribadi sehingga menolak untuk sepenuhnya menerima makna yang dimaksud, dan mereka melakukan negosiasi terhadap teks yang disampaikan oleh produser (Lu, 2021).

Audiens juga dapat menghasilkan pemaknaan yang berlawanan dengan preferred reading yang diberikan atau berada dalam oposisi (Aligwe et al., 2018). Pada posisi pemaknaan oposisi, audiens menafsirkan pesan secara berlawanan dengan apa yang dimaksudkan oleh produser (Kertanegara, 2020). Penonton memahami maksud yang ingin disampaikan oleh produser, tetapi mereka memilih untuk menguraikan kode dari sudut pandang yang berbeda atau bahkan bertentangan, serta berasumsi mengenai interpretasi yang berlawanan terhadap teks tersebut. Dengan kata lain, audiens produk budaya dapat mengambil inisiatif dalam memahami maknanya. Bahkan, penafsiran audiens pada dasarnya merupakan bagian dari perjuangan kelas (Lu, 2021).

Menurut Hadi dalam (Handayani, 2021) terdapat beberapa faktor kontekstual yang dapat mempengaruhi cara audiens menerima teks media. Setiap audiens memiliki konteks masing – masing yang memengaruhi cara mereka melihat, membaca, dan memberi makna pada teks tersebut. Faktor – faktor kontekstual ini mencakup identitas audiens atau latar belakang sosial mereka. Identitas audiens ini bisa terdiri dari umur, gender, etnis, budaya, pendidikan, dan pengalaman individu, yang semua berperan dalam menentukan bagaimana seseorang menafsirkan pesan (Handayani, 2021).

1. Gender

Gender merupakan karakteristik yang melekat pada laki – laki dan perempuan yang dibentuk oleh faktor sosial dan budaya. Gender mencakup perbedaan dalam fungsi, peran, tanggung jawab, hak dan perilaku antara laki – laki dan perempuan, yang dipengaruhi oleh nilai – nilai sosial, budaya, serta adat dan kebiasaan setempat (Ferdian, 2018).

2. Pengalaman

Pengalaman mencakup semua hal yang pernah dialami, dirasakan atau dilalui, baik yang baru terjadi maupun yang telah lama berlalu, dan

tersimpan di dalam memori. Ini mencakup memori episodik yang menyimpan peristiwa tertentu sebagai referensi otobiografi, serta hasil pengamatan yang melibatkan berbagai indera (Afkarina, 2018).

3. Budaya

Budaya adalah pandangan kolektif dan cara mengatur dunia yang dikembangkan oleh suatu masyarakat dari waktu ke waktu. Ini memungkinkan anggota masyarakat untuk memahami diri mereka sendiri, lingkungan sekitar mereka, dan pengalaman yang mereka hadapi di dalamnya (Handayani, 2021).

4. Pendidikan

Pendidikan adalah usaha untuk membentuk suasana dan proses belajar yang efektif yang memungkinkan individu secara proaktif untuk mengembangkan kemampuannya. Ini melibatkan penguatan aspek spiritual dan keagamaan, pengendalian diri, pengembangan kepribadian, kecerdasan, moralitas yang baik, serta keterampilan yang diperlukan untuk dirinya sendiri, masyarakat, bangsa dan negara (Ferdian, 2018).

Maka melalui teori resepsi ini, Stuart Hall mengusulkan pendekatan penelitian audiens yang dikenal sebagai analisis resepsi melalui teori resepsinya. Analisis resepsi menitikberatkan pada cara audiens dengan berbagai latar belakang agar bisa memahami dan menginterpretasikan suatu teks media tertentu. Dalam menganalisis resepsi serial atau film, penting untuk tidak hanya memperhatikan bagaimana penonton bereaksi terhadap film atau serial tersebut, tetapi juga mengapa mereka bereaksi seperti itu. Hal ini dapat melibatkan dengan melakukan wawancara atau survei dengan penonton untuk bisa memahami pemikiran dan pengalaman mereka sebelum, selama dan setelah menonton serial atau film.

Dengan demikian, dalam penelitian ini penggunaan teori resepsi dipergunakan untuk mengungkap bagaimana pemaknaan penonton perempuan dewasa yang terdapat dalam serial "Race" yang akan dilakukan sesuai klasifikasi yang Stuart Hall lakukan yaitu posisi pemaknaan Hegemoni-dominan, negosiasi dan oposisi.

2.2.2 Preferred Reading

Preferred Reading adalah salah satu dari tiga cara interpretasi teks media. Stuart Hall memperkenalkan istilah “Preferred reading” atau pemaknaan yang diinginkan. Stuart Hall mengasumsikan bahwa sebagian besar teks media populer dirancang dengan tujuan untuk memperkuat status quo atau untuk mendukung serta memelihara struktur serta nilai – nilai sosial yang ada (Aligwe , Nwafor , & Alegu , 2018). Dengan kata lain, mayoritas teks media populer, termasuk serial televisi diproduksi dengan mempertimbangkan ideologi dominan atau ideologi yang sejalan dengan nilai – nilai, keyakinan dan kepentingan penguasa atau tatanan sosial yang ada. Ketika suatu teks media memiliki preferred reading, maka artinya produser teks menginginkan agar audiens menafsirkan teks tersebut dengan cara mendukung atau memperkuat. Pemaknaan yang diinginkan ini sejalan dengan ideologi dominan dan cenderung mempertahankan atau melegitimasi struktur serta nilai – nilai sosial yang ada.

Dalam studi analisis resepsi, pemaknaan yang diinginkan atau preferred reading ini juga dikenal sebagai makna dominan yang disajikan dalam teks (Aligwe et al.,2018). Ketika menerima teks, audiens dapat menginterpretasikan teks sesuai dengan makna yang disampaikan saat pesan dikodekan. Audiens yang mengadopsi makna sesuai dengan keinginan pembuat teks berada atau sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan maka dalam posisi dominan-hegemoni (Kertanegara , 2020). Dengan kata lain, audiens menafsirkan ‘pesan’ atau informasi dengan cara yang sangat konsisten atau sejajar dengan cara pesan tersebut dikodekan atau disampaikan. Dalam posisi dominan-hegemoni, tidak ada ketidaksepahaman antara produser dan penerima karena penerima memenuhi harapan produser terhadap teks yang diberikan. Audiens memahami informasi dan konsep – konsep yang disajikan dalam kerangka yang disusun oleh produser, serta menerima mereka sesuai dengan pandangan dominan yang berlaku (Yasin, Xie, Alsagoff , & Hoon , 2022). Audiens yang menerima makna sesuai dengan keinginan produser dan menerjemahkannya secara akurat seperti yang dikodekan. Posisi ini membuat audiens tidak mandiri atau posisi produser teks mendominasi audiens (Lu, 2021).

Preferred Reading dalam penelitian ini sesuai dengan pernyataan sutradara serial “Race” yaitu Lee Dong-yun yang mengatakan bahwa serial ini menggambarkan kisah – kisah seputar kehidupan, pekerjaan, dan tantangan yang dihadapi oleh karakter yang direpresentasikan dalam serial “Race” adalah pekerja sehari – hari yang memiliki atribut yang dapat terhubung dengan penonton, serial ini memperlihatkan realitas tempat kerja yang aktual dengan karakter yang mencakup beragam posisi, kelompok usia, dan sikap terhadap pekerjaan. “Race” tidak menggambarkan persaingan yang kompetitif, melainkan menyoroti perjalanan dan perjuangan yang dihadapi oleh setiap karakter sesuai dengan ritme atau kecepatan individu masing – masing, hal tersebut dikatakan oleh Sutradara serial “Race” dalam laporan Yonhap (Khaerunnisa , 2023).

Jadi dapat disimpulkan Preferred Reading untuk menggambarkan tugas dan fungsi praktisi PR kepada khalayak serta perjuangan dan perjalanan yang akan dialami seorang praktisi PR dalam penerapan tugas dan fungsi sebagai praktisi PR. Jika informan dalam penelitian ini setuju dengan pernyataan Lee Dong-yun maka informan masuk ke dalam posisi hegemoni-dominan. Namun, jika ia hanya menyetujui sebagian dari pesan tersebut maka ia dalam posisi negosiasi. Sebaliknya, jika informan memahami pesan tersebut tetapi mengembangkan makna yang bertentangan dan tidak sejalan maka ia berada dalam posisi oposisi.

2.2.3 Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan jenis komunikasi yang terbuka dan luas, di mana pesan disampaikan dari pengirim kepada penerima tanpa batasan kelompok tertentu, sehingga mencakup semua orang. Hal ini menyebabkan pesan yang dapat dijangkau oleh siapa saja dan kapan saja, dengan audiens yang besar dan tak terbatas. Di sisi lain, komunikasi massa juga mencakup penggunaan teknologi modern seperti media online, televisi, radio, film atau serial. Konsep “komunikasi massa” telah berkembang seiring dengan kemajuan dalam komunikasi manusia, yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas komunikasi secara keseluruhan (Romli , 2017).

Dalam buku yang berjudul “Komunikasi Masa Kajian Teoritis dan Empiris”, komunikasi massa merujuk pada komunikasi yang menggunakan media

massa, baik cetak maupun elektronik, yang dikelola oleh lembaga atau individu terorganisir, dan ditujukan kepada audiens yang luas, terbesar pada berbagai lokasi, serta memiliki karakteristik anonim serta beragam. Komunikasi massa ini merupakan komunikasi yang dilakukan oleh individu atau kelompok melalui media untuk disampaikan kepada audiens atau pasar (Wazis , 2022).

Menurut John R Bittner, dalam (Syafriana , 2022) dalam bukunya, Komunikasi massa dijelaskan sebagai penyampaian pesan melalui media massa kepada sejumlah besar orang. Di sisi lain, menurut Gerbner, komunikasi massa didefinisikan sebagai proses produksi dan distribusi yang bergantung pada teknologi dan lembaga, di mana aliran pesan mencapai audiens yang sangat luas diakses oleh masyarakat industri. “Masyarakat Industri” di sini merujuk pada proses produksi dalam komunikasi masa yang tidak dapat dilakukan secara individu, tetapi melalui lembaga yang memiliki teknologi khusus.

- Dengan kata lain, baik “komunikasi” maupun “Communication” memiliki asal – usul dari akar latin yang sama dan memiliki makna yang serupa seperti telah dijelaskan sebelumnya. berdasarkan teori komunikasi yang diajukan, jelas bahwa interaksi komunikasi antara dua individu hanya dapat terjadi jika salah satu dari mereka menyampaikan pesan kepada yang lain dengan tujuan tertentu. Ini menunjukkan bahwa dalam proses komunikasi, terdapat keberadaan sumber pesan, pesan itu sendiri, media pengirim, penerima pesan, dan efek dari komunikasi tersebut yang penting untuk terjadinya proses komunikasi (Gustiandar, 2019).

Dibandingkan dengan jenis komunikasi lainnya, komunikasi massa memiliki tingkat kompleksitas yang lebih tinggi. Mengidentifikasi penulis atau entitas yang bertanggung jawab atas penyampaian pesan melalui media massa menjadi lebih rumit. Komunikasi massa bukan hanya sulit untuk menentukan siapa yang bertanggung jawab, tetapi juga memiliki sifat komunikasi publik. Ini mencakup semua bentuk komunikasi yang ditujukan kepada audiens yang luas, seperti seluruh populasi. Kemudahan penggunaan dan akses memungkinkan masyarakat untuk dengan cepat memperoleh informasi yang disampaikan melalui komunikasi massa. Oleh karena itu, informasi yang disampaikan melalui saluran komunikasi massa dapat dengan mudah diakses oleh masyarakat umum (Kustiawan , et al., 2022). Komunikasi masa juga berfungsi sebagai sarana hiburan. Contohnya,

melalui televisi, berita online, film, dan serial drama. Komunikasi massa menyajikan berbagai informasi, pendidikan, dan hiburan kepada masyarakat secara luas. Pada penelitian ini, media massa yang dipilih adalah drama serial sebagai sarana hiburan yang mengkomunikasikan pesan kepada khalayak.

Keterkaitan antara komunikasi massa dengan penelitian ini sangat dekat. Hal ini disebabkan karena penelitian ini memfokuskan pada sebuah karya drama serial, di mana drama serial tersebut dibuat oleh sekelompok individu dengan maksud tertentu untuk bisa disampaikan kepada khalayak yang luas. Ketika drama serial tersebut dipublikasikan, para penonton yang menontonnya makna menginterpretasikan dan memberi makna kepada pesan yang terdapat pada serial tersebut berdasarkan latar belakang, pengalaman, dan pengetahuan individu yang menonton.

2.2.4 Serial Sebagai Media Komunikasi Massa

Istilah “communicatio” mengacu pada pemberitahuan dan pertukaran, sedangkan “communis: merujuk pada sesuatu yang umum atau luas (Ramadhanty, 2022). Menurut Shannon dan Weaver, komunikasi didefinisikan sebagai interaksi antara individu yang saling mempengaruhi, baik secara sengaja maupun tidak. Bentuk interaksi ini dapat mencakup berbagai bentuk komunikasi, termasuk komunikasi non-verbal seperti ekspresi wajah, teknologi, seni dan lukisan (Ramadhanty, 2022).

Menurut Bittner, komunikasi massa mengacu pada penyampaian pesan dari berbagai media massa kepada masyarakat secara luas. Media dalam komunikasi massa ini mencakup berbagai platform seperti film, drama serial, televisi, radio, koran, majalah tabloid, dan buku. Komunikasi massa memiliki karakteristik khas, termasuk melibatkan lembaga, audiens yang beragam, pesan yang bersifat umum, komunikasi satu arah (Asyari, 2021). Dengan demikian, komunikasi dapat dipahami sebagai penggunaan media massa untuk menyebarkan pesan kepada masyarakat secara meluas dengan maksud memberikan informasi, mempengaruhi dan menghibur.

Drama serial adalah bagian dari media massa yang dapat berfungsi sebagai sumber informasi yang diakses oleh masyarakat untuk membentuk pemahaman dan perspektif mengenai realitas sosial, baik secara individual maupun kolektif (Wulandari, 2019). Serial memiliki kapasitas untuk merepresentasikan realitas dan mengomunikasikan pesan kepada penonton. Serial telah menjadi salah satu bentuk hiburan yang populer dalam masyarakat modern. Seiring waktu, serial juga telah digunakan sebagai sarana propaganda (Fatimah, 2022). Kehadiran serial dalam konteks komunikasi massa sangat penting karena dapat mencapai audiens dengan cepat dan dalam jumlah yang besar. Serial memiliki kekuatan untuk memengaruhi penontonnya, yang mengakibatkan proses negosiasi dalam menerima pesan yang ingin disampaikan.

Drama serial berperan sebagai media massa sehingga berguna untuk mengirimkan makna melalui simbol – simbol visual. Simbol – simbol ini bisa berupa gambar – gambar yang dipresentasikan dalam drama serial (Segara, 2017). Pesan dalam sebuah drama serial dipengaruhi oleh narasi cerita dan cara visualisasi yang digunakan, yang kemudian disampaikan kepada para penonton. Kesimpulan dari penjelasan tersebut adalah bahwa drama serial juga berperan sebagai sarana atau medium untuk menyampaikan ide ke khalayak secara luas, terutama melalui media massa. Pesan yang disampaikan dapat bervariasi tergantung pada maksud dari pembuat drama serial tersebut. Pesan yang diterima dapat dipahami oleh audiens juga akan beragam tergantung pada karakteristik individu masing – masing.

Pada penelitian ini, konsep serial sebagai sarana komunikasi massa digunakan untuk mengeksplorasi cara di mana pesan yang disampaikan melalui drama korea “Race” dapat dipahami oleh para partisipan penelitian. Pesan yang dimaksud mencakup konten yang disampaikan melalui drama tersebut. Tentu saja, persepsi terhadap pesan yang diambil atau diterima oleh partisipan penelitian akan bervariasi tergantung pada latar belakang, serta konteks sosial dan budaya masing – masing partisipan.

2.2.5 Drama Serial

Ini adalah jenis drama di mana setiap episodenya memiliki plot yang berdiri sendiri atau tidak terkait satu sama lain, tetapi karakter yang sama tetap tampil. Jika

seorang penonton melewati satu episode di tengah jalan, mereka tidak akan kehilangan pemahaman tentang alur cerita dan masih dapat mengikuti episode berikutnya. Durasi biasa dari drama serial semacam ini berkisar antara 30 hingga 90 menit (Alfiah, 2020).

Drama serial ini umumnya disiarkan melalui televisi atau platform streaming dan sering kali menghadirkan plotnya dalam beberapa episode yang biasanya ditayangkan mingguan, meskipun terkadang ada juga yang ditayangkan setiap hari. Keunggulannya adalah penulis skenario hanya perlu memiliki satu ide cerita untuk episode – episode berikutnya. Namun, kelemahannya adalah penulis skenario harus menulis dengan cepat karena harus mematuhi jadwal produksi yang ketat. Konsep serial drama ini didasarkan pada kekuatan konflik sebagai dasar cerita, di mana konflik harus memiliki potensi untuk berkembang menjadi banyak episode. Dalam serial drama mingguan, tingkat konflik dan ritme cerita cenderung lebih intens dibandingkan dengan serial drama harian yang lebih santai. Terdapat beberapa karakteristik khas dari drama serial, yaitu:

1. Cerita yang berlanjut tanpa batas
2. Keterlibatan yang mendalam dalam kehidupan karakter lain
3. Beragamnya penampilan karakter
4. Perubahan emosional yang seringkali terjadi pada karakter
5. Potensi untuk membentuk opini yang kuat tentang karakter, baik itu secara positif maupun negatif.

Dibawah ini terdapat berbagai jenis drama yang membedakan antara drama serial dengan variasi drama lainnya, di antaranya sebagai berikut:

1. Produksi Film Televisi (FTV)
FTV menunjukkan kemiripan dengan drama serial dalam aspek bahwa setiap episodenya menampilkan cerita yang berdiri sendiri atau tidak terkait dengan episode sebelumnya, meskipun karakter yang muncul dalam FTV bisa berubah – ubah. Selain itu, durasi FTV cenderung lebih panjang daripada drama seri.
2. Serial Mini
Serial mini terdiri dari dua hingga lima episode dan disiarkan secara mingguan atau harian sesuai dengan format penulisan drama televisi.

3. Drama Seri

Drama seri menampilkan para pemain yang sama dalam drama setiap episodenya, namun setiap episode memiliki alur cerita yang mandiri atau tidak terkait dengan episode sebelumnya.

Drama korea “Race” ini masuk ke dalam bagian drama serial, dikarenakan setiap episode ditayangkan menjadi beberapa episode dan ditayangkan tiap episodenya hanya sehari dalam seminggu. Sehingga digunakannya konsep drama serial ini untuk menjelaskan bahwa drama korea “Race” merupakan drama serial karena dalam karakteristik drama serial yaitu adanya penampilan karakter yang sangat beragam dan perubahan konflik yang sering terjadi, hal tersebut ada di dalam drama korea “Race”.

2.2.6 Drama Korea

Drama merujuk pada sebuah cerita atau situasi yang diperankan oleh karakter – karakter dalam suatu aksi yang menggambarkan kehidupan melalui perilaku, tindakan atau dialog yang dipentaskan. Menurut peneliti Moulton, drama merupakan representasi kehidupan yang diungkapkan melalui gerakan. Ada berbagai jenis drama termasuk drama Indonesia, Korea, China, India, dan lainnya (Slamet Mujiana dalam Tarigan, 1985:70) dalam Jurnal ((Ramadhan , Hadi, & Fajri, 2022). Dengan demikian, drama dapat diartikan sebagai cerita yang mengusung topik tertentu melalui dialog dan tindakan sebagai sarana penyampaiannya.

Serial drama korea adalah bentuk drama yang mengeksplorasi kehidupan masyarakat Korea dalam konteks baik fiksi maupun non-fiksi. Kepopuleran drama korea tidak hanya terbatas di Korea, tetapi juga menyebar ke negara – negara besar termasuk Indonesia. Serial drama korea menjadi pilihan utama bagi beragam kelompok usia, mulai dari remaja hingga dewasa. Drama korea, yang sering disebut sebagai drakor, menampilkan berbagai genre seperti komedi, aksi, romansa, fantasi, horror, kriminal dan lainnya. Drama korea menggambarkan kehidupan di Korea Selatan, diproduksi oleh orang – orang Korea Selatan. Drama Korea umumnya disajikan dalam format serial dengan jumlah episode berkisar antara 12 hingga 32

dan durasi masing – masing episode biasanya antara 40 menit hingga 1 jam (Amaliah , 2020).

Drama Korea memiliki daya tarik yang membuat penontonnya berkomitmen, dengan banyak yang mengatur jadwal untuk menonton setiap episodanya secara teratur. Jika penonton melewatkan satu episode, mereka umumnya merekamnya dan menontonnya sebelum episode berikutnya. Setiap episode menarik minat penonton untuk lebih terlibat dengan kisah dan karakter yang ada dalam drama tersebut (Ramadhan , Hadi, & Fajri, 2022).

Drama Korea ini tentunya memiliki dua genre utama, yaitu genre sejarah dan genre modern, dengan penampilan aktor dan aktris yang hebat serta panorama yang menawan dan menakjubkan, lanskap tempat pengambilan gambar yang indah, ide cerita yang matang dalam setiap episodanya. Drama Korea mengangkat berbagai tema menarik seperti huku, psikologis, politik, romance, dan lainnya, seringkali disertai kutipan inspiratif. Drama Korea modern biasanya menampilkan berbagai konflik dan kisah cinta segitiga dengan durasi 12 hingga 32 episode sehingga menarik minat penonton untuk terus menyaksikannya (Amaliah , 2020).

Serial Korea “RACE” jenis drama bergenre office romance, drama ini menceritakan perjalanan kehidupan para pegawai dibidang Public Relations atau Hubungan Masyarakat, mulai dari tantangan pekerjaan, konflik hingga kisah percintaan yang terjadi diantara mereka. Melalui “Race”, penonton akan disajikan dengan potret kehidupan sehari – hari yang membuat mereka merasa terhubung dengan karakter – karakter dalam drama ini. Dengan demikian, drama Korea ini menunjukkan berbagai genre dan menggabungkan elemen – elemen yang berbeda untuk bisa menciptakan cerita yang mencakup berbagai tema dan konflik, khususnya dalam konteks kehidupan modern.

Drama korea yang dijadikan sebuah objek dalam penelitian ini ialah drama korea yang berjudul “Race”. “Race” merupakan sebuah drama serial yang berasal dari Korea tahun 2023, “Race” ini merupakan proyek dari garapan sutradara Lee Dong-yoon dan ditulis oleh Kim Ru RI. Serial ini ditayangkan perdana di Disney+ Hotstar pada tanggal 10 Mei 2023. Drama ini melibatkan Lee Yeon-Hee, Hong Jong-hyun, Moon So-ri, Baik Ji-won dan aktor serta aktris lainnya. Keterlibatan sangat relevan dengan penelitian ini yang mengeksplorasi realitas profesi public

relations seperti yang digambarkan dalam drama “Race”. Serial ini dibintangi oleh Lee Yeon-hee, Hong Jong-hyun, Moon So-ri, Baek Ji-won dan bintang film lainnya. Hal ini sangat berhubungan erat dengan penelitian ini karena membahas mengenai realitas profesi public relations dan di dalam serial “Race” menggambarkan pekerjaan sebagai praktisi public relations.

2.2.7 Video Streaming (Disney+ Hotstar)

Saat ini sudah banyaknya platform streaming online yang populer di Indonesia, termasuk Disney+ Hotstar, Netflix, HOOQ, Iflix, Amazon Prime, HBO Go, dan lainnya, menawarkan berbagai konten video yang dapat diakses. Disney+ Hotstar, sebagai salah satu platform menampilkan lebih dari 500 film dan 7000 episode dari merek – merek ternama seperti Disney, Marvel, Star Wars, dan National Geographic. Selain itu, Disney+ Hotstar juga bermitra dengan rumah produksi Indonesia seperti MD Pictures dan Falcon Pictures, menyajikan lebih dari 300 film (Tajuddin , 2022).

Disney+ Hotstar sebagai platform streaming yang menarik dan banyak dipilih oleh masyarakat, memenuhi berbagai kebutuhan mereka yang merupakan aplikasi streaming berbayar paling laris di Indonesia. Pengguna Disney+ Hotstar dapat menikmati beragam jenis film, termasuk film horror, kartun dan serial yang dapat ditonton secara daring melalui perangkat seluler atau tablet kapanpun mereka inginkan.

Series “Race” ini ditayangkan di platform streaming online yaitu Disney+ Hotstar, dalam Disney+ Hotstar tersebut dibaginya plot menjadi beberapa episode dan ditayangkan tiap episodenya hanya sehari dalam seminggu yaitu ditayangkan tiap hari Rabu di jam 14.00 WSK. Adanya 12 episode dan durasi drama serial sekitar 58 menit.

2.2.8 Tugas dan Fungsi Public Relations

Menurut Djanalis Djanaid dalam (Wahyuningsih , 2023) public relations memiliki dua fungsi utama, yaitu fungsi konstruktif dan fungsi korektif. Fungsi

konstruktif melibatkan peran public relations dalam mendorong semua aktivitas dan kegiatan perusahaan atau organisasi agar terencana dengan baik dan berkesinambungan, dengan pendekatan yang cenderung proaktif. Sementara itu, fungsi korektif diibaratkan sebagai peran pemadam kebakaran, di mana public relations bertindak untuk segera mengatasi dan menyelesaikan permasalahan yang muncul di antara perusahaan atau organisasi dengan audiensnya.

Fungsi utama dari praktisi public relations adalah untuk memperluas dan memperkuat hubungan positif antara organisasi dan audiensnya, baik internal maupun eksternal. Langkah ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman, memotivasi, dan mendorong partisipasi publik, sehingga menghasilkan opini publik yang mendukung organisasi tersebut (Sinduwiatmo , 2018). Lalu menurut buku yang berjudul “Penulisan Kreatif Public Relations” oleh (Musi , et al., 2022) adapun fungsi public relations yaitu :

1. Hubungan Internal, praktisi PR harus mampu mempertahankan dan membangun kerja sama yang produktif dan saling menguntungkan antara manajer dan karyawan.
2. Publisitas, PR tidak berhak mengatur konten yang dimuat oleh media massa namun berita yang ingin dimuat juga harus memiliki value (tidak berbayar)
3. Advertising, PR membuat informasi di media massa, namun berhak untuk mengatur konten atau mengontrol konten, untuk menanggapi, kritik di media, iklan layanan masyarakat, mengontrol isi pesan PR di media (berbayar)
4. Press Agency, Praktisi PR harus mampu menciptakan sebuah berita atau kejadian yang penting untuk menarik perhatian media massa dan menciptakan publisitas.
5. Public Affairs, praktisi PR harus mampu membentuk dan menjaga hubungan antara pemerintah dan masyarakat setempat untuk memengaruhi kebijakan publik.
6. Lobbying, praktisi PR harus mampu untuk memelihara relasi positif dengan pemerintah guna memengaruhi proses legislasi dan regulasi.

7. *Manajemen Issue*, praktisi PR harus mampu untuk melakukan langkah aktif dalam mengantisipasi, mengidentifikasi, mengevaluasi, dan menanggapi isu – isu yang muncul.
8. Hubungan Investor, praktisi PR harus mampu membentuk dan merawat koneksi yang positif dan saling menguntungkan dengan pemangku kepentingan dan pihak terlibat dalam keuangan.
9. Pengembangan, praktisi PR harus membangun dan memelihara hubungan baik dengan donatur agar dapat bantuan dana.

Menurut teori yang dijelaskan oleh Cutlip, Center dan Broom, tugas utama public relations adalah mengumpulkan semua fakta melalui penelitian agar tindakan tersebut dapat dijelaskan dan dibenarkan. Penelitian adalah proses sistematis dalam mengumpulkan informasi untuk menggambarkan dan memahami situasi serta untuk memverifikasi asumsi mengenai publik dan dampak public relations (Rahastine , 2021). Lalu berdasarkan buku “Penulisan Kreatif Public Relations) oleh (Musi , et al., 2022) tugas dan pekerjaan Public Relations adalah sebagai berikut :

1. Menulis dan mengedit
Praktisi Public Relations harus bisa menyusun rilis untuk berita, feature, newsletter, website, sosial media, media online, pidato, brosur, film, artikel, iklan, laporan tahunan, dan lain – lain.
2. Hubungan media dan penempatan media
Praktisi Public Relations harus bisa menjaga hubungan yang baik dengan media massa dan mampu merespon dengan cepat tanggap.
3. Riset
Praktisi Public Relations harus memiliki keahlian mencari informasi dalam bentuk apapun, contoh dengan survei.
4. Manajemen dan Administrasi
Praktisi Public Relations harauss mampu mengelola kerjasama antar divisi dengan membuat jadwal, anggaran, strategi, dan lain – lain. Praktisi Public Relations juga harus paham dalam menagtur segala kebutuhan klien dan perusahaan.
5. Konseling

Praktisi Public Relations harus mampu memberikan saran atau rekomendasi terkait isu kepada pemimpin dan memberikan saran kepada manajemen dalam membuat suatu keputusan.

6. Acara Spesial atau Event

Praktisi Public Relations harus bisa mengelola pesan pada publik, lalu bisa merancang suatu acara seperti publisitas, gathering, GO, meeting dan lain – lain.

7. Pidato

Praktisi Public Relations harus mampu untuk menyampaikan suatu pesan kepada publik dengan menyampaikan atau mempersiapkan serta melatih juru bicara perusahaan.

8. Produksi

Praktisi Public Relations harus mampu membuat saluran komunikasi multimedia, karya seni, tipografi, fotografi, tata letak, audio, video, presentasi audio visual dan lain – lain.

9. Training

Praktisi Public Relations harus mampu untuk melatih anggota, mempersiapkan teks untuk juru bicara, mengembangkan kemampuan untuk menulis dan berkomunikasi.

10. Kontak

Praktisi Public Relations harus mampu menjadi penghubung yang baik antara media, stakeholders dan seluruh pihak yang berkepentingan di perusahaan.

Konsep mengenai tugas dan fungsi Public Relations ini dapat membantu peneliti untuk mendeskripsikan pemahaman khalayak mengenai pesan dalam film dan dapat memberikan pemahaman mengenai gambaran tugas dan fungsi sebagai seorang public relations. Melalui drama “Race” ini, penonton akan mendapatkan pemahaman mengenai tugas dan fungsi konsultan public relations, termasuk interaksi dengan klien, media dan internal perusahaan serta strategi yang digunakan dalam memelihara reputasi dalam mengelola citra perusahaan.

2.2.9 Praktisi Public Relations

Dalam buku mereka yang berjudul “Effective Public Relations,” Scott M. Cutlip, Aleen H. Center, dan Glen M. Broom mendefinisikan public relations sebagai fungsi manajemen yang mengevaluasi persepsi masyarakat umum, mengidentifikasi kebijakan dan prosedur yang didasarkan pada kepentingan masyarakat, baik individu maupun organisasi, dan melaksanakan rencana kerja untuk mencapai pemahaman dan dukungan dari masyarakat (Yulianto, 2022). Pandangan serupa mengenai Public Relations juga diungkapkan oleh Dan Lattimore dan timnya. Mereka menjelaskan bahwa public relations berfungsi sebagai bagian dari manajemen yang mendukung organisasi dalam mencapai tujuannya. Praktisi public relations harus berinteraksi dengan semua pihak, baik di dalam maupun di luar organisasi, untuk membangun dan memperkuat hubungan yang baik serta memastikan keselarasan antara tujuan organisasi dan harapan masyarakat (Jauharri, 2021).

Fungsi utama dari praktisi public relations ialah untuk memperluas dan memperkuat hubungan positif antara organisasi dan publiknya, baik yang internal maupun eksternal. Langkah ini diambil untuk meningkatkan pemahaman, memotivasi, dan mendorong partisipasi publik, sehingga menciptakan opini publik yang mendukung bagi organisasi tersebut (Sinduwiatmo, 2018). Lalu berdasarkan buku “Penulisan Kreatif Public Relations) oleh (Musi, et al., 2022) tugas dan pekerjaan Public Relations adalah sebagai berikut 1) Menulis dan mengedit; 2) Hubungan media dan penempatan media 3) Riset; 4) Manajemen dan Administrasi; 5) Konseling; 6) Acara spesial atau event; 7) Pidato; 8) Produksi; 9) Training; 10) Kontak.

Keterkaitan antara praktisi PR dan penelitian ini sangat erat. Penelitian ini akan membahas peran praktisi public relations dalam drama serial “Race”. Informan yang akan diikutsertakan dalam penelitian ini juga merupakan seorang praktisi PR, yang mengharuskan pemahaman tentang bagaimana profesi ini direpresentasikan dalam konteks drama serial. Drama Korea “Race” menggambarkan berbagai situasi dan tantangan yang dihadapi oleh seorang praktisi PR.

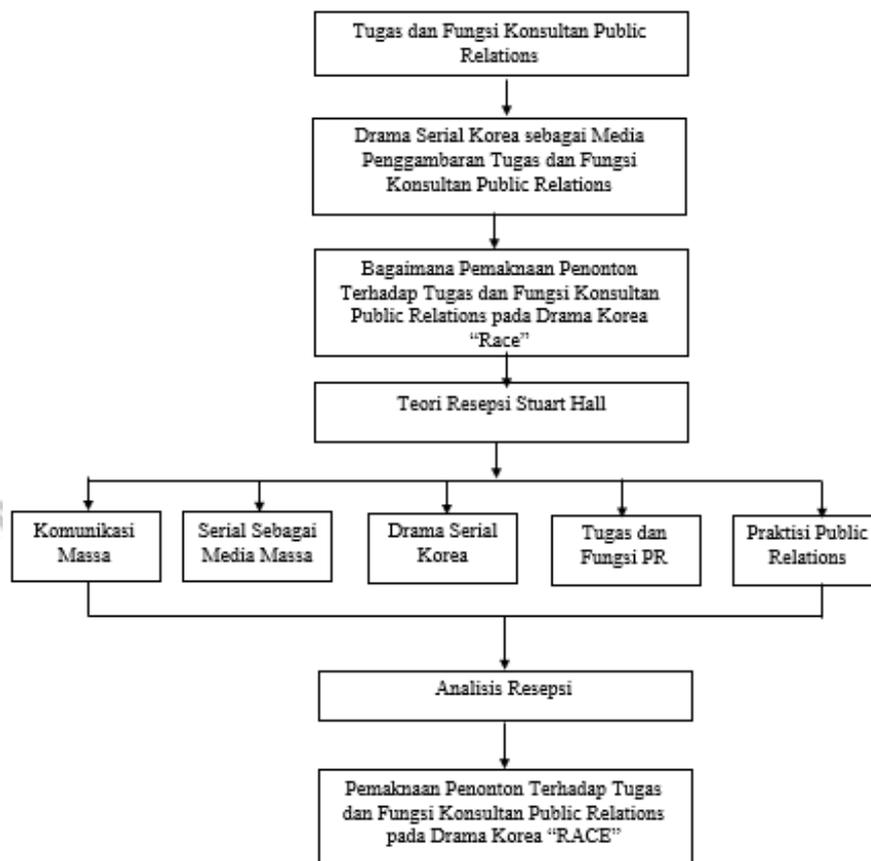
2.2.10 Public Relations Agency

Public relations agency merupakan perusahaan atau organisasi yang khusus berurusan dengan hubungan antara klien dan publik serta pihak – pihak lain yang berkepentingan. Fokus utamanya adalah untuk membangun dan menjaga reputasi baik klien di mata publik dengan menggunakan strategi komunikasi yang efektif. Selain itu, mereka juga menangani isu – isu krisis dan situasi yang bisa mempengaruhi pandangan publik terhadap klien (Ambar, 2017). Dalam menjalankan tugasnya, PR Agency dapat menawarkan berbagai layanan seperti (Wilcox , Cameron , & Reber , 2015) :

1. Media Relations
Membina hubungan positif dengan media dan mendistribusikan informasi menguntungkan tentang klien melalui berbagai media
2. Event Planning
Menyusun dan mengadakan acara atau kegiatan untuk meningkatkan eksposur dan image klien
3. Crisis Manegement
Menangani dan mengatasi isu atau situasi krisis yang bisa merugikan reputasi klien
4. Content Creation
Membuat dan menyiapkan konten seperti artikel, press release, dan materi promosi lainnya untuk mendukung strategi komunikasi klien
5. Digital Public Relations
Mengelola reputasi klien di media sosial dan platform digital

Keterkaitan antara Public Relations Agency dan penelitian ini sangat erat. Penelitian ini akan membahas mengenai tugas dan fungsi Public Relations dalam drama serial “Race”. Serial ini dilatarbelakangi dengan Public Relations Agency yaitu Seyong. Sehingga memberikan gambaran mengenai Public Relations Agency yang ada di Korea, penonton akan mendapatkan pemahaman mengenai PR Agency.

2.3 Kerangka Berpikir



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir Penelitian (Sumber: Olahan Peneliti)

Penelitian ini berawal dari observasi terhadap representasi tugas dan fungsi konsultan public relations dalam drama serial “Race”. Drama korea ini menampilkan karakter yang bekerja sebagai public relations di sebuah perusahaan besar. Penonton menafsirkan pesan yang disampaikan dalam drama ini dengan berbagai cara, tergantung pada latar belakang individu masing – masing. Berdasarkan observasi tersebut, peneliti merumuskan pertanyaan penelitian Bagaimana pemaknaan penonton terhadap tugas dan fungsi konsultan public relations pada drama korea “Race”. Untuk menjawab pertanyaan ini, peneliti menerapkan teori resepsi Stuart Hall dan memanfaatkan konsep – konsep seperti komunikasi massa, serial sebagai media komunikasi massa, drama serial, drama korea, layanan streaming video (Disney+ Hotstar), tugas dan fungsi PR, dan praktisi PR. Diharapkan hasil penelitian ini akan memberikan wawasan tentang bagaimana pemirsa menafsirkan pesan yang terkait dengan tugas dan fungsi konsultan public relations dalam drama korea “Race”.