Hibridisasi budaya: studi kasus dua drama korea tahun 2018-2020

Dyah Ayu Wiwid Sintowoko
Telkom University

ABSTRAK

Kajian tentang hibridisasi budaya Korea dalam konten drama masih diperdebatkan hingga sekarang oleh beberapa peneliti terdahulu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk hibridisasi budaya Korea melalui drama *The World of the Married* dan *Touch Your Heart* dengan pendekatan teori visual *lavish production*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan teori *lavish production* untuk menemukan kesan mewah pada visual drama Korea. Karakteristik *lavish production* pada visual drama juga dianalisis melalui *mise-en-scene* untuk mengidentifikasi hibridisasi budaya Korea. Hibridisasi budaya dan kesan *lavish production* di dalam drama Korea tercermin melalui *mise-en-scene*. Hibridisasi juga merupakan dampak dari diadaptasinya slogan *Learning from Hollywood* oleh sineas Korea. Adapun konsep *drama trendy* Korea merupakan adaptasi strategi dari Jepang untuk memunculkan kesan *Asian taste*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *lavish production* mengacu pada *classy mise-en-scene* dimana *setting*, properti, narasi dan *gesture* karakter sangat merepresentasikan perubahan teknis standar industri drama Korea menjadi *cinematic orientation*; (2) hibridisasi tampak pada kostum, *gesture*, dan *beauty standart* ala *Western style* yang didukung dengan narasi adaptasi *trendy* drama dari Jepang. Romantisme, *non-sex dominant* dan *eye-contact* merepresentasikan *Asian sentiment* karena cenderung menggunakan pendekatan estetika olah rasa; dan (3) konsep hibridisasi akan mengalami perkembangan bukan hanya di ranah budaya saja, namun juga pada produk budaya itu sendiri karena adanya persaingan global dan eksistensi *Western media mainstream* di Asia.

Kata-kata kunci: *Asian taste*; *cinematic orientation*; drama Korea; hibridisasi budaya; *lavish production*

Cultural hybridization: a case study of two korean dramas between 2018-2020

ABSTRACT

The study on cultural hybridization of Korean drama has been debated by previous researchers until now. This research aims to determine the hybridization of Korean culture through dramas, *The World of the Married* and *Touch Your Heart*, with a *lavish production* visual approach. This study uses qualitative method to find a luxurious impression in the Korean drama visual. The characteristics of *lavish production* is analyzed through *mise-en-scene* to identify the hybridization of Korean culture as well. Cultural hybridization is an impact of adopting a slogan "Learning from Hollywood" by Korean filmmakers. Meanwhile, *drama trendy* concept has been adopted from Japan to expose the *Asian taste* impression. Results show that: (1) *lavish production* refers to a *classy mise-en-scene* where the *setting*, *properties*, *narration* and *character's gesture* represent technical changes in Korean industry standard to a *cinematic orientation*; (2) hybridization can be seen through *costumes*, *gesture*, and *Western-style beauty standard* that supported by a narrative adaptation of *drama trendy* from Japan. *Romanticism*, *non-sex dominant* and *eye-contact* represent *Asian sentiment* because of the aesthetic tendencies and emotional approach; and (3) hybridization concept will develop not only in cultural society but also in cultural product itself because of the global competition and *Western media mainstream* existence in Asia.

Keywords: *Asian taste*; *cinematic orientation*; cultural hybridization; Korean drama; *lavish production*

Korespondensi: Dyah Ayu Wiwid Sintowoko, S.Sn., M.A. Fakultas Industri Kreatif, Telkom University. Jln. Telekomunikasi No. 1-Sukapura, Dayeuhkolot, Bandung, 40257. Email: dyahayuws@telkomuniversity.ac.id

Submitted: January 2021, Accepted: August 2021, Published: September 2021

ISSN: 2548-687X (printed), ISSN: 2549-0087 (online). Website: <http://jurnal.unpad.ac.id/protvf>

PENDAHULUAN

Drama Korea saat ini telah menggeser *western media mainstream*. Kemungkinan besar alasannya adalah karena adanya fenomena *Korean Wave* atau *hallyu*, yang secara bertahap namun *massive* telah mendorong berkembangnya budaya populer Korea. Salah satu contoh produk Korea adalah drama yang mengandung budaya populer Korea sekaligus sebagai sebuah contoh produk *cultural hybridization* (Lee dkk., 2020). *Cultural hybridization* atau hibridisasi budaya ini menyoroti bagaimana suatu negara telah mengalami sesuatu yang tidak bisa terhindarkan oleh pemikiran *postmodern*. *Postmodern* sangat menjunjung tinggi pemikiran-pemikiran yang konstruktif di hampir seluruh lapisan ilmu pengetahuan termasuk teknologi, *social-science*, agama dan seni (Iyorsa & Ekwok, 2014). Era *postmodern* mengantarkan seseorang pada pemikiran-pemikiran yang lebih “liar” dan cenderung tidak mau dibatasi pada aturan-aturan yang “mengekan” kebebasan dan kreativitas. Salah satu implikasi yang sangat terlihat pada era abad ke-20 ini adalah hibridisasi atau perkawinan dalam budaya. *Postmodern* tampak menghalalkan adanya gebrakan enkulturasi dan akulturasi terhadap gerakan adopsi budaya asing pada hibridisasi budaya ini. Oleh sebab itulah, *hybrid culture* tidak lain memiliki sebutan baru yaitu “spesies budaya” yang mengandung

hasil racikan globalisasi sebagai ramuan *mixed cultures*.

A *mixed culture* adalah hasil olahan budaya *multi national* karena globalisasi. Praktik mengadopsi budaya asing dilakukan sesuai dengan kepentingan dan motivasi masing-masing. Praktik hibridisasi ini sangat terlihat di Korea Selatan khususnya pada konten drama bersamaan dengan menjamurnya pengaruh *Western Media Mainstream* dan mesin globalisasi seperti internet, pemasaran global, program televisi satelit dan kabel. Fenomena transmisi informasi global yang dilakukan melalui periklanan dan berita tampak menguntungkan negara maju dimana sektor industri dan ekonomi mengalami peningkatan progresif.

Strategi media Korea Selatan khususnya drama tampak dilakukan dengan mengadaptasi *Western ethos* dan *Japanese spirit*. Korea Selatan mengadopsi slogan *Learning from Hollywood* dari Amerika, sementara konsep dan *spirit* diadopsi dari Jepang sebagai strategi dalam merangkul segmentasi *audience* Asia sekaligus upaya menjunjung tinggi budaya *Asian taste* melalui konsep *drama trendy*. Akibatnya, beberapa penelitian terdahulu tidak berhenti memperdebatkan *authenticity* drama Korea di abad ke-21 ini. Seperti contohnya adalah drama *The Penthouse* yang tampak mencolok menggunakan *hybrid-culture* antara

Amerika dan Korea Selatan. Unsur *mise-en-scene*, khususnya kostum *Alex* tampak seperti *American style*. *Setting interior* dan kostum penghuni *The Penthouse* tampak menyerupai Prancis *style* lengkap dengan adaptasi gaya busana King Louis XIV yang dipakai para *The Penthouse* saat merayakan kemenangan Jo Dan Tae. Apapun yang terkait dengan budaya Amerika, baik dalam film, drama, musik, dan *style* sangat menunjukkan bahwa Korea Selatan telah mengambil gebrakan adaptasi budaya karena persaingan ekonomi global. Hibridisasi adalah strategi mencolok yang dilakukan Korea Selatan di masa *postmodern* abad ke-21 ini. Hal ini dibuktikan dengan adaptasi *multi culture* dalam beberapa serial dramanya, seperti *The Penthouse* yang memuat budaya Prancis, Amerika, dan beberapa *Western culture* lainnya. Meskipun Korea Selatan mengklaim bahwa konten yang diaplikasikan dalam drama adalah murni dari identitas budaya Korea, namun, hibridisasi tampak menjadi strategi baru di era globalisasi saat ini.

Adaptasi budaya Amerika tampak membuahkan hasil pada drama Korea. Seiring dengan kemajuannya, *Korean Wave* telah menjadi budaya populer dimana dampaknya telah dirasakan di berbagai negara. Namun, bersamaan dengan kemajuannya, *Korean Wave* sebagai gelombang budaya baru telah menjadi oposisi negara Jepang. Korea Selatan melakukan

aklimatisasi *content* dari sisi *Asian taste* dan konsep *trendy drama* yang menyebabkan adanya persaingan berkepanjangan antar negara. *Korean Wave* dianggap telah mengkaburkan produk budaya Jepang (Haq, 2016).

Bagi non-Korea Selatan, *Korean Wave* ini tidak hanya sebagai wisata budaya baru, namun juga sebagai “tsunami budaya”. Hal ini muncul dari adanya anggapan dari *massive Korean fandom* bahwa budaya Korea yang digambarkan dalam drama Korea sangat *youthfully* dan romantis dengan plot yang tidak rumit. Gairah romantisme tanpa sesksualitas terbuka dan memiliki represi emosi yang halus. Kesan *Asian taste* ini sangat mengacu pada *Japanese spirit* yang awalnya dikenal dengan konsep *trendy drama*-nya. Saat ini Korea berhasil menggeser *image* Jepang sebagai negara yang produktif karena produk budaya populernya yang saat ini digunakan sebagai promosi budaya, peningkatan pertumbuhan ekonomi, politik, dan hubungan diplomatik di era globalisasi (Kaisii, 2017).

Istilah globalisasi sendiri diartikan sebagai sesuatu yang memiliki ciri khas sosial kontemporer dengan proses multi-dimensi. Multi-dimensi mengacu pada hubungan ganda dan bukan hanya hubungan tunggal. Globalisasi tumbuh dalam hubungan kompleks namun erat karena saling ketergantungan di tatanan *network society*. Hal ini menimbulkan konsekuensi terhadap pertumbuhan budaya hibrid. Dampak

globalisasi yang terjadi di era ini adalah adanya fenomena *Korean Wave* atau gelombang Korea. Disebut gelombang Korea karena dunia saat ini tengah dihadapkan pada adanya produk Korea yang *massive* seperti drama, film, musik dan gaya yang sangat diminati kaum muda. Produk media tersebut merupakan hasil dari hibridisasi budaya yang memiliki dua unsur pembentuk yakni budaya lokal dan *western ethos*. Drama Korea dikemas dengan konsep *hybrid culture* agar layak “dijual” di pasar dan hiburan global tanpa kompromi dengan tergesernya budaya lokal, karena cenderung “mengencerkan” kekhasan tradisi Korea. Oleh karena itu, *Korean Wave* bukanlah mengacu pada originalitas tradisi Korea namun merupakan versi *westernisasi* dari kombinasi budaya kedua negara.

Drama Korea diterima di wilayah *international* karena beberapa faktor yaitu, transparansi budaya, keterbukaan dalam perbedaan budaya, dan hibridisasi (Akter, 2019.). Akter selanjutnya menjelaskan bahwa keterbukaan inilah yang membawa Korea Selatan mendapatkan kesempatan untuk “dipercaya” khalayak *international* karena dianggap mampu menerima “sesuatu yang baru” di luar karakteristik budaya mereka. Akter juga tampak mendeskripsikan bahwa fenomena seperti ini berpotensi untuk menimbulkan kesalahpahaman yang berkelanjutan karena *western culture* dianggap mengabsorpsi

lokalitas. *Westernisasi* berpeluang menggeser nilai lokalitas negara. Namun di sisi lain *westernisasi* juga berpotensi mendongkrak kreativitas pribumi. Sebagaimana Jepang yang pernah mengusung tema *wakon yosai* yang berarti *Japanese spirit* yang dipadupadankan dengan *Western* teknologi.

Untuk mendukung globalisasi dan pertumbuhan industri budaya Korea Selatan, sektor, non-pemerintahan, dan level instansi pemerintah turut berperan serta melalui beragam penelitian dan produk budaya. Penelitian tentang budaya Korea dan efek *Korean wave* (gelombang Korea) juga tampak bervariasi di berbagai negara. Negara-negara di Asia seperti Jepang, China, Indonesia, Malaysia, dan Taiwan tampak berkontribusi dalam upaya perkembangan pengetahuan dampak *Hallyu*. Meskipun penelitian tentang drama Korea sudah sangat mendominasi, namun sayangnya penelitian-penelitian terdahulu hanya cenderung menganalisis tentang *Korean media consumer* semata (Tjoe & Kim, 2016). Selain itu, penelitian juga cenderung membahas hibridisasi budaya dari pendekatan kuantitatif (Gardner, 2019).

Penelitian ini mengkaji tentang hibridisasi budaya dan *lavish production* dalam drama Korea terbaru yang dipublikasikan kurun waktu dua tahun terakhir, yaitu *The World of the Married* 2020 dan *Touch Your Heart* 2019.

Kedua drama tersebut memiliki karakteristik *romantisme* yang hampir sama meskipun sangat berbeda dari *plot*, penyajian konflik dan *ending* cerita.

Drama Korea umumnya memiliki jumlah episode yang tidak terlalu banyak sekitar 8 episode seperti drama *The Witch's Diner* tayang 2021. Selain itu, di tahun 2020 ada *My Holo Love* sebanyak 12 episode, *Kingdom* 6 episode, *Love Alarm* sebanyak 8 episode yang di tayangkan di Netflix, *My First First Love* terdiri dari 8 episode. Kelima drama tersebut mengusung tema cinta kecuali *Kingdom* yang bertemakan seorang putra mahkota dengan misi menyelidiki wabah misterius di negaranya. *The World of the Married* 2020 memiliki dan *Touch Your Heart* 2019 berjumlah 16 episode.

The World of the Married 2020 cenderung memiliki hibridisasi budaya dengan *western culture* karena drama tersebut diadaptasi dari serial televisi Amerika berjudul *Doctor Foster*. *The World of the Married* 2020 menggambarkan isu “romantisme” yang membuat penonton tergelitik karena konflik perselingkuhan hingga perceraian yang memicu adanya pemikiran ketidakadilan gender pada perempuan bercerai (Syahira & Supratman, 2021). *Touch Your Heart* 2019 tampak berbeda dengan *The World of the Married* 2020. *Touch Your Heart* 2019 cenderung menggambarkan hibridisasi *Asian taste* mengenai estetika “berpacaran” yang

tercermin melalui dinamika visual, transisi, *editing*, dan *atmosphere* yang *epic*. Kesan *Asian taste* dan estetika baru dalam “berpacaran” ala Korea tampak tersampaikan secara utuh kepada penonton melalui unsur naratif dan *cinematic* drama tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hibridisasi budaya Korea karena adanya perdebatan penelitian-penelitian sebelumnya terkait keaslian budaya populer Korea dalam drama. Drama Korea secara kontekstual sering diperdebatkan karena dampak *Western culture* yang pernah melanda Korea atas adanya adaptasi slogan *learning from hollywood* (Chuang & Lee, 2013).

Fenomena di atas menjadi landasan dilakukannya penelitian ini. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana kecenderungan hibridisasi budaya populer drama Korea *The World of the Married* 2020 dan *Touch Your Heart* 2019. *The World of the Married* merupakan drama dengan jumlah terbanyak di *streaming online* berjumlah 55% penonton melalui aplikasi Viu di Asia sejak awal pemutaran (Viu Singapura, 2020). Drama ini mendapat penghargaan bergengsi di Korea dalam ajang *BaekSang Arts Awards* pada Juni 2020, sekaligus drama terpopuler tahun 2020 (Media Indonesia, 2020). Drama *Touch Your Heart* juga mendapatkan penghargaan bergengsi dari *Korean Culture and Entertainment Awards*

ke-27 dengan kategori *Excelence Award* (KMCC, 2019).

Penelitian ini menggunakan pendekatan *lavish production*. Adapun kecenderungan tema dan kekuatan visual berkesan *lavish* (mewah) pada kedua drama tersebut digunakan untuk mengetahui bagaimana Korea menkonstruksi citra modern negaranya. *Lavish production* berhubungan dengan bagaimana narasi dan visual drama dikonstruksi secara mewah untuk mengetahui hibridisasi, pencampuran serta perpaduan elemen lokal dan internasional dalam konten drama Korea (Ganti, 2013). Secara kontekstual, kombinasi *multi-culture* tersebut dianggap sebagai bentuk komoditas budaya populer sekaligus sebuah “budaya baru” karena fenomena akulturasi diantara budaya lokal dan global.

Adapun data primer dalam penelitian ini diambil dari potongan *scene* drama *The World of the Married* 2020 dan *Touch Your Heart* 2019. Sejumlah empat potongan *scene* yang kaya akan kesan *lavish* (mewah) digunakan sebagai sampel penelitian. *Scene* tersebut kemudian dikaji dan dianalisis secara mendalam.

Lavish production merupakan “kebaruan” dari adanya perseptif teori visual dalam drama maupun film di negara Korea yang sangat melekat pada *classy mise-en-scene*-nya. *Lavish* menjadi bermakna “lebih” dan bukan hanya sekedar *mise-en-scene* karena adanya *hybrid*

technology yang dikembangkan pada saat proses produksi. Pada drama Korea, *Lavish production* juga berakar dari diadaptasinya slogan *Learning from Hollywood* dengan cita rasa Asia (Iwabuchi, 2004). Sehingga, *lavish* (mewah) tidak hanya dilihat melalui aspek visual saja, namun merupakan sesuatu yang sangat komplek karena menggabungkan dimensi konstruksi modern “citra baru” Korea melalui visual drama sebagai *influencer* bagi industri-industri hiburan di Asia. Karena alasan fundamental tersebut, maka penelitian ini bermaksud untuk mengungkap gaya *lavish production* melalui aspek *mise-en-scene* sebagai cara untuk “membaca” bagaimana properti, asesoris, kostum, dan unsur naratif dapat merepresentasikan dimensi fisiologis, sosiologis, dan psikologis karakter tokoh (Sintowoko & Sugihartono, 2014). Unsur *mise-en-scene* tersebut juga berpengaruh terhadap bagaimana *lavish production* berhubungan kuat dengan visual drama. Adapun alasannya karena visual mampu “merepresentasikan citra” budaya populer di Korea sebagai *nation-branding* (Huang, 2011). Selain data primer, penelitian ini menggunakan data sekunder berupa kajian *mise-en-scene*, *branding* dan beberapa kajian hibridisasi budaya untuk mendukung data data primer tersebut.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka penelitian ini mencakup dua hal yang sangat penting. Pertama, penelitian ini merupakan

novelty dari beberapa penelitian drama Korea terdahulu yang hanya cenderung fokus terhadap permasalahan distribusi drama (Putri dkk., 2019). Penelitian terdahulu juga cenderung menganalisis tentang nilai-nilai kearifan lokal (Hidayat dkk., 2019). Kemudian penelitian juga seringkali fokus terhadap *physical attractiveness* dan analisis budaya populer dalam kecantikan (Nuraryo, 2019). Selain itu, analisis mengenai drama Korea juga sering tampak pada analisis *enjoyment* (Ulusoy & Lee, 2019). Kedua, karena adanya fenomena diperdebatkannya originalitas budaya drama Korea oleh beberapa penelitian terdahulu. Adapun rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana visual *lavish production* menggambarkan hibridisasi budaya Korea dalam drama *The World of the Married* 2020 dan *Touch Your Heart* 2019? Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk hibridisasi budaya dari kedua drama, *The World of the Married* 2020 dan *Touch Your Heart* 2019 melalui pendekatan teori visual *lavish production*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dari bulan Desember 2020 hingga Agustus 2021. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan objek penelitian berupa potongan *scene* drama *The World of the Married* 2020 dan *Touch Your Heart* 2019. Sejumlah empat potongan *scene*

yang kaya akan kesan *lavish* (mewah) dikaji dan dianalisis secara mendalam. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan analisis mendalam (Nugrahani & Hum, 2014). Penelitian ini menggunakan pendekatan teori *lavish production* yang merupakan “teknik kebaruan” karena menggabungkan teori *mise-en-scene* dan visual “citra modern” yang dikonstruksi oleh media Korea sebagai *nation-branding* (Ju & Lee, 2015).

Penelitian ini juga menggunakan teori hibridisasi budaya. Teori hibridisasi budaya dari Bhabha menjelaskan adanya kemunculan budaya baru yang *unique* sekaligus merupakan hasil dari perkawinan antara unsur *colonizer* (penjajah) dan *colonized* (terjajah), dimana kehadirannya menguji legitimasi identitas budaya lokal yang sudah mengakar (Li, 2016). Bhabha juga menekankan bahwa hibridisasi dikonstruksi dalam istilah *third space* karena adanya *cultural adoption* yang berdampak pada munculnya pencampuran budaya. Oleh karena itu, hasilnya sulit diklaim sebagai budaya “murni”.

Penelitian ini juga menggunakan teori sinematografi (*cinematography*) yang sangat berhubungan dengan teknik pengambilan gambar film. *Angle* sinematografi mendeskripsikan komposisi tipe gambar yang “unik”. Sinematografi memiliki definisi yang tajam terkait bagaimana seseorang “menulis”

dengan media audio visual. Sinematografi adalah *creative metaphysical space* yang di dalamnya kaya akan makna saat “dibaca” atau direpresentasikan secara makna visual. Penggunaan *lavish production* pada *set-property* dan *mise-en-scene* merupakan proyek menulis *text* visual. Komposisi, pergerakan kamera, dan *lighting* sangat dipertimbangkan sebagai manifestasi serta ekspresi ide dalam *cinema*. Sinematografi drama Korea di era 20-an tampak mempertimbangkan *lavish production* atau kemewahan yang muncul dalam narasi visualnya.

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu observasi secara langsung pada *scene* dalam drama Korea, *The World of the Married* 2020 dan *Touch Your Heart* 2019. *Scene* yang dipilih adalah *scene* yang mengandung kesan *lavish production* (mewah). *Scene* terpilih kemudian disajikan dalam bentuk gambar dan dideskripsikan secara mendalam untuk menjawab bentuk hibridisasi budaya melalui pendekatan *lavish production* dalam unsur *mise-en-scene* (kostum, properti, *cinematography*, *camera movement*, dan segala sesuatu yang melekat pada karakter).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab hasil dan pembahasan, penelitian ini mendeskripsikan tiga poin pembahasan utama, yaitu: (1) fase *hallyu* 1.0 hingga 4.0; (2)

tendensi tema drama Korea terbaru pada tahun 2018-2020; (3) analisis hibridisasi budaya dari perspektif *lavish production* drama *The World of the Married* 2020 dan *Touch Your Heart* 2019. Poin pembahasan pertama menjelaskan bagaimana strategi industri hiburan Korea dari masa ke masa karena adanya tuntutan politik dan persaingan ekonomi global. Strategi mencolok terlihat dari berbagai upaya industri hiburan Korea yang mengadaptasi slogan *Learning from Hollywood* dan *trendy* drama (modernisasi, *young generation* dan romantisme) drama dari Jepang. Adaptasi slogan tersebut tampaknya masih menjadi memicu adanya perdebatan para peneliti terdahulu terkait originalitas budaya Korea hingga saat ini.

Pembahasan poin kedua adalah bagaimana kecenderungan drama terbaru Korea selama dua tahun terakhir ini, 2018-2020. Adapun *trendy* drama dengan ciri khas gelora *young generation* dan tema romantisme masih tampak mendominasi. Pembahasan poin ketiga adalah terkait kecenderungan bagaimana visual *lavish production* dan hibridisasi drama tersebut. Oleh sebab itu, *lavish production* pada empat *scene* drama *The World of the Married* 2020 dan *Touch Your Heart* 2019 dianalisis secara mendalam dan berurutan dengan pemaparan sebagai berikut.

Fase *Hallyu*. Secara historis, terdapat empat kategori mendasar pada strategi industri budaya Korea. Keempat kategori tersebut

disebut sebagai fase *Korean Wave* atau *hallyu*. Fase tersebut yakni fase *hallyu* 1.0, *hallyu* 2.0, *hallyu* 3.0, dan *hallyu* 4.0 (Bokrae, 2015). Tabel 1 menunjukkan masing-masing fase *hallyu* yang disinyalir sebagai mega proyek industri hiburan Korea untuk mendukung persaingan ekonomi negara di ranah global.

Fase *hallyu* (dari 1.0 hingga 4.0) adalah strategi pengembangan tren budaya populer Korea secara global yang dirancang setiap sepuluh tahun sekali. Jika dilihat dari tabel 1, tradisi dan drama tampak mengawali perkembangan *hallyu*. Namun lambat laun, sesuatu yang berbau modernisasi tampak mendominasi setelah industri media Korea mengadopsi slogan "*Learning from Hollywood*". Sejak fase *hallyu* 2.0, implementasi slogan tersebut menjadi semakin nyata terbukti dengan didistribusikannya segala produk Korea

khususnya drama dan musik melalui *Social Networking Service* (SNS). Distribusi tersebut secara berurutan dimulai dari masyarakat non-Korean (*on-site performance*), *online* (YouTube), SNS, hingga aplikasi *streaming* seperti *Netflix* dan *Viu* di era industri 4.0 ini. Fase 4.0 tersebut merupakan terobosan mega proyek *hallyu* (*B-cultural capital*) dimana internet menjadi kekuatan besar dalam upaya distribusi produk budaya populer Korea. Kedepannya, fase *hallyu* 4.0 akan menekankan pada dirancangnya aturan-aturan terikat tentang publikasi *Korean stars* untuk menghindari dari tujuan komersial bebas. Strategi diciptakannya undang-undang dan aturan *copyright* merupakan terobosan untuk melindungi plagiaris budaya populer Korea di masa mendatang.

Pembahasan selanjutnya adalah bagaimana tendensi tema drama Korea pada tahun

Tabel 1 Fase *Hallyu* dan Distribusi Budaya Korea

	Fase <i>Hallyu</i>			
	<i>Hallyu</i> 1.0	<i>Hallyu</i> 2.0	<i>Hallyu</i> 3.0	<i>Hallyu</i> 4.0
Waktu	1995-2005	2006-2015	2016- <i>now</i>	<i>Now-future</i>
Area	Asia (China, Taiwan, Jepang, Indone-sia)	Asia, Amerika Utara, dan Eropa	<i>Worldwide</i>	<i>World-wide</i>
Target	Drama & Film Korea	K-starts-oriented	Artis dan brand	Budaya populer Korea dan hak cipta
Dis-tribusi	Masyara-kat non-Korea	Online (YouTube)	SNS (<i>jenis media sosial Korea, FB, IG, Kakao dsb</i>)	Online stream-ing & New hegemoni
Media	Video, CD, spot broadcasting	Internet, & on-site performance	Cross-media	
Durasi	Bulanan	Tahunan	Decade	

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti, 2021

2018-2020. Setelah melakukan pengamatan melalui *online streaming*, peneliti menemukan kecenderungan tema *trendy* drama (romantisme) yang tampak mendominasi dari keseluruhan *genre* drama Korea (lihat tabel 2).

Tabel 2 seolah menunjukkan bahwa *trendy* drama seperti tema romantisme merupakan tema favorit yang diusung oleh industri hiburan Korea

sekaligus yang banyak digemari penonton. Romantisme drama Korea sangat erat kaitannya dengan “estetika olah rasa”. Adegan cenderung menitikberatkan pada *romantic eye-contact* dan *non-sex orientation* dengan narasi yang *cute* sebagai representasi *Asian taste*. Penggabungan estetika olah rasa dalam berpacaran dengan *mise-en-scene* yang *cinematic* tampak menjadi

Tabel 2 Daftar Drama Korea Tahun 2018-2020

Tahun	Tema	Drama
2018	Romantisme	Radio Romance, My First Love, Grand Prince, Should We Kiss First, My Husband Oh Jak Doo, That Man Oh Soo, Good Witch
2019		Angel's Last Mission: Love, Romance is a Bonus Book, When the Camellia Blooms, Be Melodramatic, Search: WWW
2020	Keluarga	It's Okay to not be okay, Star-Up, Crash Landing on You, Record of Youth
2018		Misty, Not Played 2018, Queen of Mystery 2, Shall We Live Together, Miracle that We Met
	Hukum	Return, Yeonnam-dong 539, Mistress
2020		Stranger 2
2018	Feminisme	Fighter Choi Kang-Soon, Let's Go, Ami
2020		The World of the Married
	Horror	Kingdom, Hotel Del Luna; gender: Rookie Historian Goo Hae Ryung
2019	History	The Crowned Clown, Her Private Life, Extraordinary You, Chocolate, Touch Your Heart
		The King: Eternal Monarch
	Action	Vagabond
	Persahabatan	My Country
2020		Hospital Playlist
	Education	Eye Are Dazzling
	Action detective	The Good Detective, Flower of Evil

Sumber: Olahan Data Penulis, 2020

ciri khas drama Korea untuk menarik perhatian penonton Asia seperti China, Taiwan, Jepang, Malaysia, dan Indonesia.

Pembahasan poin selanjutnya fokus terhadap bagaimana hibridisasi budaya jika dilihat dari pendekatan *lavis* (mewah) pada drama *The World of the Married* 2020 dan *Touch Your Heart* 2019.

The World of the Married. Secara naratif, *The World of the Married* tampak memperdebatkan norma sosial yang konservatif mengenai perkawinan, hubungan secara sosial antara suami-istri, perselingkuhan, pengasuhan anak, dan bahkan soal hierarki di tempat kerja di Korea. Kekuatan feminisme dalam drama ini seolah dikonstruksi sebagai terobosan baru citra perempuan Korea yang bukan sebagai cerita *cinderella complex* lagi. Alur cerita drama *The*

World of the Married tampak sebagai bagian dari *postfeminism* dimana visualisasi perempuan dan romantisme drama telah mengalami pergeseran. Pergeseran tersebut tampak pada bagaimana cerita perempuan sudah beralih dari dominasi *cinderella complex* menjadi *feminism complex*. Budaya patriaki sebelumnya juga kerap muncul dalam narasi perempuan, dimana perempuan identik dengan ketidakberdayaan dan objek seksual.

Secara visual, gambar 1 tampak menunjukkan kesan *lavish* atau kesan mewah. Hal ini dikarenakan adanya teknik *Dept of Field* (DOF). DOF fokus terhadap jarak antara objek terdekat dan terjauh dalam menentukan *point of view* visual agar tampak terlihat jelas (Pratiwi, 2017). Melalui teknik DOF, gambar 1 (A dan C) tampak mencerminkan

Sumber: The World of the Married 2020

Gambar 1 Potongan Scene Drama *The World of the Married* 2020

detail ekspresi wajah karakter. Gambar 1 (A) dengan jelas menunjukkan ekspresi Dr. Ji Sun Woo yang tercengang saat mengetahui perselingkuhan suaminya. Emosi tersebut didukung dengan kostum berwarna hijau toska yang seolah mengisyaratkan keteguhan hati seorang perempuan saat menahan amarah yang teramat dalam. Gambar 1 (B dan D) tampak dilakukan dengan teknik pengambilan gambar *wedding cinematic style* dengan kesan *flare* dari cahaya natural matahari. Visual seperti ini dapat menambah kesan *lavish* atau mewah. Teknik *foreground* dengan teknik *blur* juga tampak menunjukkan kedalaman *value* dengan kesan *cinematic* sekaligus sebagai *mood cues* (Bálint dkk., 2020).

Visual pada gambar 1 (C) juga merepresentasikan kesan *lavish* karena kesan standar *Korean beauty* yang identik dengan karakter *artist*, yaitu bertubuh langsing, bermata sipit dan berkulit putih. *Smooth camera movement* pada *scene* tersebut juga menunjukkan *mood cues* (Brown, 2013). *Camera movement* dalam *cinematography* tersebut tampak menggambarkan emosi, *gesture* dan ekspresi Ji Sun Woo yang tampak geram atas pengkhianatan yang ia terima dari suami dan lingkungan sekitarnya. *Classy mise-en-scene* dalam *scene* ini tampak menggambarkan *attitude* dan kewibawaan Ji Sun Woo sebagai wanita cerdas, berpendidikan dan feminis.

Narasi dalam *scene* tampak kontradiktif namun tetap mampu menggambarkan *mood* drama itu sendiri. Kesan *lavish* juga tampak seringkali ditampilkan melalui *gesture* Ji Sun Woo yang menganut budaya modernisasi. Unsur sinematik dan naratif drama *The World of the Married* tampak terkesan *epic* dimana perubahan emosi karakternya dapat terlihat jelas melalui *camera movement* dan transisi gambar. Sehingga ekspresi, perasaan dan *gesture* masing-masing karakter terlihat jelas dan kontras yang dapat membuat penonton terbawa pada suasana yang kompleks.

Kesimpulannya, citra perempuan Korea yang divisualkan dalam drama *The World of the Married* direpresentasikan secara lebih *lavish* atau mewah ketika dilihat dari kemandirian karakter Ji Sun Woo. Selain memprioritaskan *attitude* karakter dan penampilan, perempuan berpendidikan tinggi dengan karier yang mapan seolah juga menunjukkan evolusi dinamika isu gender dan feminisme di Korea Selatan seperti *Gangnam accident* pada tahun 2016, fenomena Megalia, dan gerakan *Me Too*. Ketiga isu tersebut cukup mendorong perubahan di dalam masyarakat Korea terkait pentingnya meningkatkan minat masyarakat (perempuan) untuk mempelajari *feminism* dan isu gender di universitas. Oleh karena itu, hibridisasi dan *lavish production* tidak hanya berlaku pada sesuatu yang tampak pada efek globalisasi saja,

namun pemikiran modern ala *Western style* juga menjadi salah satu bentuk hibridisasi budaya (pemikiran) yang nyata di setiap adegan dan dialog drama *The World of the Married* 2020.

The World of the Married 2020 tampak memiliki kemiripan naratif dengan *Doctor Foster* (Lintang, 2020). Oleh sebab itu, originalitas cerita drama ini tampak diperdebatkan karena adanya rumor adaptasi *plot* dari serial televisi Amerika, *Doctor Foster* (lihat gambar 2). Karena kemiripan tersebut, penelitian ini menemukan bahwa hibridisasi budaya pasti terjadi dalam konten drama *The World of the Married* 2020 melalui visual dan narasinya.

Budaya populer Korea (K-pop) adalah bentuk liberalisme karena dianggap memiliki unsur *Western culture* dari sisi *gesture*, cara berpakaian dan gerakan tarian tubuh (Zahra, 2017). Gerakan tarian K-pop (2NE1) adalah contoh hibridisasi budaya. Elemen *mise-en-scene* drama *The World of the Married* 2020 khususnya pada saat *standing party* juga bisa dikatakan sebagai hibridisasi budaya. Hibridisasi budaya tersebut terlihat saat adegan *standing party* yang menyerupai *Western style* karena mencerminkan liberalisme. Selain itu, kostum pengantin (gambar 1 B) juga menggambarkan *multi culture* antara Korea dan *Western style* karena cenderung mencerminkan *Western*

Sumber: JTBC & BBC, 2020

Gambar 2 Poster drama *The World of the Married* & *Doctor Foster*

wedding style daripada *Korean wedding style*.

Penulis mengkritisi bahwa hibridisasi antara budaya Korea dan Amerika tidak terlepas dari bagaimana Korea mengadaptasi slogan Amerika, yaitu “*Learning from Hollywood*” sebagai strategi percepatan bisnis budaya populer melalui media. *Learning from Hollywood* mencakup berbagai elemen *mise-en-scene* termasuk bagaimana adaptasi penggunaan kecanggihan teknologi, *cinematography*, distribusi, birokrasi dan *branding*. Korea pada akhirnya direpresentasikan sebagai cerminan *Western culture* di Asia termasuk dalam standar kecantikan Barat (Elfving, 2021).

Narasi *The World of the Married* dianggap memiliki kepentingan politis nasional meskipun juga menunjukkan ketidakpercayaan diri Korea dalam menggunakan *pure* budaya tradisionalnya sebagai dominasi target produk market dalam ranah global. Sehingga, drama *The World of the Married* tampak tidak ada hubungannya dengan agenda murni *feminism* di Korea, melainkan murni soal pencitraan dalam struktur masyarakat modern yang kompetitif seperti di Korea Selatan.

Analisis selanjutnya adalah drama *Touch Your Heart*. Drama *Touch Your Heart* bertema romantisme. Romantisme merupakan konsep *trendy* drama yang diadaptasi Korea dari Jepang dengan *young generation* sebagai target segmentasi penontonnya (Shim, 2020). *Trendy*

drama identik dengan konsep modern dan *stylish* yang masih diimplementasikan pada fase gelombang Korea 4.0 sebagai cerminan *Asian taste*.

Secara naratif, *Touch Your Heart* menceritakan tentang seorang artis yang jatuh cinta dengan pengacara. Drama ini kaya akan kesan *lavish* (mewah) yang tampak pada *gesture* dan pemikiran *Asian taste* bahwa romantisme tidak semata-mata mengacu pada *sex-orientation*. Drama *Touch Your Heart* 2019 setidaknya tidak memiliki banyak adegan *vulgar* ataupun *over sexuality* sebagaimana yang kerap kali terlihat dari *Western culture* (Cahyowati, 2013). *Touch Your Heart* 2019 tampak merepresentasikan “budaya Asia” yang cenderung menggunakan “olah rasa” sebagai pembeda antara karakterstik budaya Barat dan Timur.

Gambar 4 menunjukkan bagaimana *lavish production* diaplikasikan dalam drama ini. Adanya *cinematic wedding style* dengan efek visual *flare* dan dominasi DOF tampak menunjukkan kesan *lavish* (mewah). Kostum berupa gaun mini berkesan *sexy*, *make-up classy*, *sunglasses*, *highheel*, anting berlian, dan jaket bulu menggambarkan kesan mahal karakter Oh Yoon Seo. Kriteria *lavish* kostum tersebut sangat menunjukkan dimensi sosiologis Oh Yoon Seo sebagai artis dan orang berkelas. Kombinasi *angel* kamera dan transisi

detail ekspresi melalui *close-up* pada gambar 4 (C, E, dan F) menunjukkan *mood cues* dan kedalaman rasa yang dihasilkan melalui gaya

visual (Tarvainen dkk., 2015). Oleh sebab itu, citra negara Korea sebagai negara maju dengan kesan *classy* dan romantis seolah-olah secara

Sumber: Drama *Touch Your Heart*, 2019

Gambar 3 Episode 1 Cuplikan Drama *Touch Your Heart*

Sumber: Drama *Touch Your Heart*, 2019

Gambar 4 *Lavish Production* dalam Drama *Touch Your Heart*

langsung ditunjukkan melalui visual tersebut. *Smooth camera movement*, aspek *mise-en-scene*, kostum dan *set interior design* (gambar 4) menambah kesan *classy* dan elegan dalam visual drama tersebut.

Konstruksi budaya modern yang divisualkan dalam drama seolah merepresentasikan adanya hibridisasi budaya (Korea vs. *Western style*) dimana percampuran ini mendorong persepsi masyarakat global secara *massive* terhadap citra modernisasi di Korea. Budaya populer dalam drama Korea merupakan kolaborasi antara budaya asli Korea dan multi nasional. Percampuran tersebut pada akhirnya menimbulkan konsekuensi terkikisnya budaya asli Korea. Korea Selatan mengadaptasi Amerika dari segi politik, ekonomi, dan sistem industri budaya sehingga memiliki kesamaan yang bisa mendorong munculnya pengaburan budaya otentik dan memicu budaya komersial (Larasati, 2018).

Pengaburan budaya otentik tercermin melalui gambar 4 (A) dimana *mise-en-scene* seperti *setting*, kostum, properti, *make-up*, dan penampilan karakter tampak masih menampilkan kesan lebih dinamis dengan mengikuti *Western Style*. Budaya populer Korea tampak mendominasi di Indonesia sejak awal tahun 2000-an (Jeong dkk., 2017). Budaya populer Korea digunakan sebagai alat politis semata. Hibridisasi dalam konten drama Korea

juga masih diperdebatkan karena kurangnya unsur “*Koreanness*” dalam drama Korea.

Kesimpulan pemaparan dari tiga poin mendasar dalam pembahasan ini adalah bahwa masih terdapat hibridisasi dalam konten drama Korea dimana originalitas budaya lokal Korea masih dipertanyakan. Budaya populer telah menggeser budaya lokal Korea karena adanya komoditas. Komoditas yang sangat mencolok terlihat pada dieksploitasinya tubuh perempuan (*long leg*) sebagaimana yang terlihat dalam gambar 4 (A). Pakaian terbuka dan *long leg* menjadi indikator *physical attractiveness* di Korea sekaligus terciptanya *enjoyment* bagi media user terkait budaya Korea (Sintowoko dkk., 2020). Oleh sebab itu, budaya populer dalam drama *The World of the Married* 2020 dan *Touch Your Heart* 2019 menunjukkan kesan hibridisasi antara budaya Korea dan Amerika. Lokalitas budaya Korea tampak kurang mendominasi karena terkikis oleh *Western media mainstream* dan *Western culture*. Romantisme pada akhirnya tampak konservatif karena digunakan sebagai bentuk identitas budaya. Hibridisasi pada akhirnya juga hanya digunakan untuk menunjang kekuatan diplomasi dan ekonomi Korea (Rachmawati, 2019). Hal ini dikarenakan Korea merupakan negara yang memiliki tingkat persaingan dan kompetisi tinggi dimana tubuh perempuan kerap dijadikan komoditas kapitalisme (Kim dkk., 2020).

SIMPULAN

Kesan *lavish production* pada drama *The World of the Married* 2020 dan *Touch Your Heart* 2019 dapat dilihat dari aspek *ratio widescreen cinema standar*. Kesan *lavish production* drama Korea juga dapat dilihat dari *classy mise-en-scene* dengan beberapa teknik karakteristik *wedding cinematic style* seperti implementasi teknik *flare*, *foreground*, *Deep of Field* (DOF), dan *blur*.

Teknik *flare* dibuat dengan cara memanfaatkan cahaya natural matahari ataupun *lighting*. Teknik ini juga tampak didominasi dengan pemanfaatan *nature* seperti ilalang sebagai *mood cues* agar kesan visual tampak lebih *cinematic* dan *classy*. Ciri teknik visual seperti ini merupakan bentuk dari kebaruan standar produksi drama Korea. *Classy mise-en-scene* dengan penggabungan karakteristik *wedding cinematic style* dan *widescreen cinema standar* menjadi salah satu hal tercapainya *lavish production*. *Lavish production* pada akhirnya menjadi terobosan baru bagi strategi industri drama Korea untuk menciptakan kesan mewah nan berkelas pada visualnya.

Hibridisasi budaya juga tampak pada kedua konten drama tersebut seperti yang tercermin pada adegan *standing party*. *Standing party* tampak menyerupai *Western style* karena mencerminkan liberalisme. Kostum dan

gesture karakter juga menggambarkan adanya eksploitasi tubuh perempuan karena berorientasi pada budaya komersial. Konsep hibridisasi baru dalam gerakan *feminism* menjadi temuan untuk menciptakan kesan berkelas pada unsur narasi drama. *Feminism* menyangkut tentang revolusi mental, modernisasi dan feminisme Barat yang sudah merambah di Asia.

Hibridisasi terjadi karena adanya adaptasi slogan “*Learning from Hollywood*” dari Amerika dan konsep “*drama trendy*” dari Jepang. Adaptasi tersebut menghasilkan gerakan budaya Korea agar terlihat lebih dinamis. *Trendy* drama yang tercermin dalam drama Korea dahulu diadaptasi dari Jepang. *Mise-en-scene* dan *gesture* karakter tampak menggambarkan perkawinan *hybrid culture* dari *multi-nation*. Oleh sebab itu, hibridisasi akan semakin berkembang kedepannya karena perkembangan teknologi 4.0. Hibridisasi pada akhirnya bukanlah sesuatu yang perlu diperdebatkan karena merepresentasikan “cita rasa” dan “estetika” *postmodernism*. Perjumpaan yang menghasilkan karya *hybrid* tampak “wajar” dan sah-sah saja. Bahkan juga terjadi perselingkuhan antar estetika seni tradisi karena adanya perubahan pada tatanan baru *third space cultures* yang sangat kuat berhubungan dengan *colliding cultures* (budaya yang bertabrakan). Konsekuensi *third space cultures* ini adalah memunculkan sesuatu terkesan *in-between*

space yang sulit dikenali, dinegosiasi makna dan representasi originalitasnya. *Creator* produk media harus mampu memilih dan bahkan harus mampu menyikapi itu. Mereka harus mampu memetakan sekaligus bertanggung jawab memperjuangkan wadah ekspresi berkarya seni dalam drama, atau menghasilkan karya drama yang adaptif sesuai dengan kelenturan dan agenda masing-masing. Budaya populer dalam hibridisasi memiliki keuntungan mudah “diterima” khalayak global dengan orientasi laku dan diminati tanpa banyak pertimbangan estetika. Sehingga, dalam hibridisasi originalitas budaya populer dianggap kurang begitu penting.

Sebagai saran, penelitian selanjutnya disarankan untuk menganalisis bagaimana visual hibridisasi budaya populer Korea secara lebih detail. Hibridisasi bisa dianalisis dari selain produk drama dengan pendekatan teori dan jenis penelitian yang berbeda untuk menemukan secara lebih jelas bagaimana hibridisasi akan berkembang menjadi sebuah “budaya baru” di era mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Akter, S.S. (2019.). *Emergence of the “Korean Wave” and Its Influence on Bangladesh*. Beppu Japan. https://ritsumei.repo.nii.ac.jp/?action=repository_action_common_download&item_id=11999&item_no=1&attribute_id=20&file_no=1. Doctoral dissertation, Ritsumeikan Asia Pacific University.
- Bálint, K.E., Blessing, J.N., & Rooney, B. (2020). Shot scale matters: The effect of close-up frequency on mental state attribution in film viewers. *Poetics*, 83, 101480. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2020.101480>.
- Bokrae, K. (2015). Past, present and future of Hallyu (Korean Wave). *American International Journal of Contemporary Research*, 5(5), 154-160. https://www.aijcrnet.com/journals/Vol_5_No_5_October_2015/19.pdf.
- Brown, B. (2013). Camera movement. In *Cinematography: Theory and Practice*. A Focal Press Book, (pp. 223-240). https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=GiQIDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Camera+movement.+In+Cinematography:+Theory+and+Practice&ots=Oxp7-qvg35&sig=h3vMkHXSCDGHveyr8HXLfzyoOpc&redir_esc=y#v=onepage&q=Camera%20movement.%20In%20Cinematogra.
- Cahyowati, T.D. (2013). Simbolisasi Seksualitas Perempuan dalam Iklan “Segar Sari Susu Soda” Versi Julia Perez. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*, 343. http://puslit.mercubuana.ac.id/wp-content/uploads/2013/09/Publikasi_Jurnal-Jild-1-Nomor-3.pdf#page=114
- Chuang, L.M & Lee, H.E. (2013). Korean wave: Enjoyment factors of Korean dramas in the US. *International Journal of Intercultural Relations*, 37(5), 594-604. <https://doi.org/10.1016/j.ijintrel.2013.07.003>.
- Elfving, H.J. (2021). Media, cosmetic surgery and aspirational beauty aesthetics of the ageing body in South Korea. *Asian Studies Review*, 45(2), 238-252. DOI: 10.1080/10357823.2020.1736513.
- Ganti, T. (2013). *Bollywood: A guidebook to popular Hindi cinema*. London: Routledge.

- <https://doi.org/10.4324/9780203834411>.
- Gardner, H. (2019). The Impact of African-American Musicianship on South Korean Popular Music: Adoption, Appropriation, Hybridization, Integration, or Other? Doctoral dissertation, <http://nrs.harvard.edu/urn-3:HUL.InstRepos:42004187>.
- Haq, R. (2016). Penolakan Publik Jepang Terhadap Produk Budaya Korea Selatan. *Jurnal Analisis Hubungan Internasional*, 5(2), 344. <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-jahi57f51d0919full.pdf>.
- Hidayat, D., Rosidah, Z., Retnasary M., & Suhadi M. (2019). Nilai-nilai kearifan lokal pada unsur naratif dan sinematik film Jelita Sejuba. *ProTVF*, 3(2), 113-125. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v3i2.21264>.
- Huang, S. (2011). Nation-branding and transnational consumption: Japan-mania and the Korean wave in Taiwan. *Media, Culture & Society*, 33(1), 3-18. <https://doi.org/10.1177%2F0163443710379670>.
- Iwabuchi, K. (2004). Feeling Asian modernities: Transnational consumption of Japanese TV dramas (Vol. 1). Dalam K. Iwabuchi. Hong Kong: Hong Kong University Press. [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=ba7UAQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=Feeling+Asian+modernities:+Transnational+consumption+of+Japanese+TV+dramas+\(Vol.+1\)&ots=F6-N9rYW-Uf&sig=ankJtNs9tjSwyQth1Nik786_y_t_U_&redir_esc=y#v=onepage&q=Feeling%20Asian%20m](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=ba7UAQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=Feeling+Asian+modernities:+Transnational+consumption+of+Japanese+TV+dramas+(Vol.+1)&ots=F6-N9rYW-Uf&sig=ankJtNs9tjSwyQth1Nik786_y_t_U_&redir_esc=y#v=onepage&q=Feeling%20Asian%20m)
- Iyorza, S & Ekwok, L. (2014). Global media and cultural hybridization in the 21st Century in Nigeria. *Journal of Social Sciences (COES&RJ-JSS)*, 3(3), 408-416. [http://www.centreofexcellence.net/J/JSS/JSS/Mainpage.htm](http://www.centreofexcellence.net/J/JSS/JSS>Mainpage.htm).
- Jeong, J.S., Lee, S.H., Lee, S.G. (2017). Korean Wave| When Indonesians Routinely Consume Korean Pop Culture: Revisiting Jakartan Fans of Korean Drama Dae Jang Geum. *International Journal of Communication*, 11, 20. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/6302>.
- Ju, H & Lee, S. (2015). The Korean Wave and Asian Americans: the ethnic meanings of transnational Korean pop culture in the USA. *Continuum*, 29(3), 323-338. <https://doi.org/10.1080/10304312.2014.986059>.
- Kaisii, A. (2017). Globalization, hybridization and cultural invasion: Korean wave in India's North East. *Asian Communication Research*, 14(1), 10-35. DOI: 10.20879/acr.2017.14.1.10.
- Kim, G.E., Jo, M.W., & Shin, Y.W. (2020). Increased prevalence of depression in South Korea from 2002 to 2013. *Scientific reports*, 10(1), 1-9. <https://www.nature.com/articles/s41598-020-74119-4>.
- KMCC. (2019, December 3). "191129 ...". Diambil kembali dari Korean Pop Culture YouTube Channel (dalam bahasa Korea): <https://www.youtube.com/watch?v=35ZMpQL32eQ>
- Larasati, D. (2018). Globalization on Culture and Identity: Pengaruh dan Eksistensi Hallyu (Korean-Wave) Versus Westernisasi di Indonesia. *Jurnal Hubungan Internasional*, 11(1), 109-120. <http://dx.doi.org/10.20473/jhi.v11i1.8749>.
- Lee, Y.L., Jung, M., Nathan, R.J., & Chung, J.E. (2020). Cross-national study on the perception of the Korean wave and cultural hybridity in Indonesia and Malaysia using discourse on social media. *Sustainability*, 12(15), 6072. <https://doi.org/10.3390/su12156072>.

- Li, J. (2016). A Cultural Hybridization Perspective: Emerging Academic Subculture among International Students from East Asia in U.S. *Universal Journal of Educational Research*, 4(9), 2219. DOI:10.13189/ujer.2016.040934.
- Lintang. (2020, Mei 16). Adaptasi, Ini Perbedaan The World of the Married dan Doctor Foster. Diambil kembali dari Oke Celebrity: <https://celebrity.okezone.com/read/2020/05/16/598/2214989/adaptasi-ini-perbedaan-the-world-of-the-married-dan-doctor-foster>
- Media Indonesia. (2020, Mei 17). 'The World of the Married' is the most-watched drama on Viu . Diambil kembali dari Media Indonesia. 24 April 2020: <https://mediaindonesia.com/hiburan/307152/drakor-a-world-of-married-couple-paling-banyak-ditonton-di-viu>
- Nugrahani, F & Hum, M. (2014). Metode penelitian kualitatif. Solo. : Cakra Books. <http://digilibfkip.univetbantara.ac.id/materi/Buku.pdf>.
- Nuraryo, I. (2019). Kultur pop dan diskursus ideologi kecantikan pada iklan di televisi. *ProTVF*, 3(2), 171-184. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v3i2.21488>.
- Pratiwi, J. (2017). Depth of Field: Sebuah Telaah Historis Ruang Ketajaman. IMAJI: Film, Fotografi, Televisi, & Media Baru, 9(1), 30-36. https://www.academia.edu/download/57375439/Depth_of_Field_-_Sebuah_Telaah_Historis_Ruang_Ketajaman.pdf
- Putri, I.P., Liany, F.D.P., Nuraeni, R. (2019). K-Drama dan penyebaran Korean wave di Indonesia. *ProTVF*, 3(1), 68-80. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v3i1.20940>.
- Rachmawati, I. (2019). Film Sebagai Diplomasi Budaya. *Jurnal Studi Diplomasi Dan Keamanan*, 11(1). <https://doi.org/10.31315/jsdk.v11i1.2916>.
- Shim, D. (2020). Transnational Koreans in Asian Pop Culture in the Pre-Korean Wave Era. *Asian Communication Research*, 17(3), 55-83. DOI:10.20879/acr.2020.17.3.55.
- Sintowoko, D.A.W., Lee, Y., Lee, H.E. (2020). Cross-Cultural Difference between Female Young Adults in Korea and Indonesia in Perceiving Hijabis in the Media. *International Journal of Internet, Broadcasting and Communication*, 12(3), 177-188. <https://doi.org/10.7236/IJIBC.2020.12.3.177>.
- Sintowoko, D.A.W & Sugihartono, R. (2014). Kostum Dalam Membangun Karakter Tokoh Pada Film Soekarno. *Capture: Jurnal Seni Media Rekam*, 6(1). <https://doi.org/10.33153/capture.v6i1.725>.
- Syahira, H & Supratman, L.P. (2021). Representasi Ketidakadilan Gender Pada Perempuan Bercerai Dalam Drama Korea” the World Of The Married”. *eProceedings of Management*, 8(3). <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/15011>.
- Tarvainen, J., Westman, S., Oittinen, P. (2015). The way films feel: Aesthetic features and mood in film. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 9(3), 254. <https://doi.org/10.1037/a0039432>.
- Tjoe, F.Z & Kim, K.T. (2016). The effect of Korean Wave on consumer's purchase intention of Korean cosmetic products in Indonesia. *The Journal of Distribution Science*, 14(9), 65-72. <https://doi.org/10.15722/jds.14.9.201609.65>.
- Ulusoy, E & Lee, H.E. (2019). Effect of Gender on Character Evaluation: Factors Affecting Enjoyment. *International*

- journal of advanced smart convergence, 8(1), 214-221. <https://doi.org/10.7236/IJASC.2019.8.1.214>.
- Viu Singapura. (2020, Maret 2). A World of Married Couple Trailer #2. YouTube. Viu Singapore. Diambil kembali dari When your world comes crashing | A World of Married Couple Trailer #2 | Now on Viu: <https://www.youtube.com/watch?v=MtiPX82dkus>
- Zahra, R.U. (2017). Representasi Unsur-Unsur Budaya Western Pada Korean Wave (Studi Analisis Semiotika Pada Video Musik Youtube Girlband Korea 2NE1). Malang. https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as_sdt=0%2C5&q=Representasi+Unsur-Unsur+Budaya+Western+Pada+Korean+Wave+%28Studi+Analisis+Semiotika+Pada+Video+Musik+Youtube+Girlband+Korea+2NE1%29+-%C+Universitas+Brawijaya%29&btnG=: (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).