

**ANALISIS RESEPSI KHALAYAK PADA FENOMENA
BEAUTY PRIVILEGE DALAM SERIAL K-DRAMA
MY ID IS GANGNAM BEAUTY**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**



**DISUSUN OLEH:
AISHA POETRI AZZAHRA
1171003011**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2021**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya milik sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Aisha Poetri Azzahra

NIM : 1171003011

Tanda Tangan :



Tanggal : 23 Agustus 2021

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Aisha Poetri Azzahra

NIM : 1171003011

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : “Analisis Resepsi Khalayak pada Fenomena *Beauty Privilege* dalam Serial K-Drama My ID is Gangnam Beauty”.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi dan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Dewan Penguji

Pembimbing : Adrian Arditiar, M.I.Kom.

()

Penguji 1 : Dr. Dessy Kania, B.A., M.A.

()

Penguji 2 : Adek Risma Dedees, S.S., M.A., M.A

()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 23 Agustus 2021

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas terselesaikannya Proposal Tugas Akhir yang berjudul “**Analisis Resepsi Khalayak pada Fenomena Beauty Privilege dalam Serial K-Drama My ID is Gangnam Beauty**”. Adapun pengajuan tugas akhir ini ditujukan sebagai pemenuhan persyaratan kelulusan pada jenjang perkuliahan Strata I di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie.

Melalui penyusunan tugas akhir ini tentunya peneliti juga mengalami beberapa kendala, tantangan dan kesulitan, namun dengan bimbingan dan dukungan semua pihak akhirnya kendala tersebut dapat teratasi. Melalui penyusunan tugas akhir ini juga peneliti menyadari banyak kekurangan dari proposal ini, baik dari segi kualitas dan kuantitas bahan observasi yang disajikan peneliti. Peneliti menyadari dengan sepenuh hati bahwa tugas akhir ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan, sehingga peneliti membutuhkan beberapa saran dan kritik yang membangun untuk menjadikan tugas akhir ini lebih baik.

Selain itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam menyelesaikan tugas akhir ini, baik itu bantuan, doa atau dorongan, dan berbagai pengalaman. Peneliti ucapkan terima kasih kepada:

1. Mama dan Alm. Papa tercinta serta kakak-kakak yang tidak ada hentinya dalam memberikan support, doa, dan kebutuhan materi juga non-materi sehingga peneliti tetap termotivasi dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Universitas Bakrie sebagai tempat peneliti menimba ilmu dan mengembangkan kemampuan-kemampuan akademis di bidang Ilmu Komunikasi khususnya pada bidang Komunikasi Pemasaran.
3. Suharyanti, M.S.M selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah memotivasi dan memfasilitasi agar peneliti cepat menyelesaikan studi.

4. Segenap dosen dan seluruh staf akademik Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah membantu dalam memberikan fasilitas, ilmu, serta pendidikan pada peneliti hingga dapat menunjang dalam penyelesaian skripsi.
5. Adrian Arditiar, M.I.Kom. selaku dosen pembimbing peneliti yang telah membimbing dan memberi pengarahan serta masukan mulai dari awal pembuatan tugas akhir ini disusun hingga akhirnya selesai.
6. Dr. Dessy Kania, B.A., M.A. selaku dosen penguji 1 yang telah memberikan bimbingan, koreksi, dan arahan sehingga peneliti dapat menyempurnakan tugas akhir ini.
7. Adek Risma Dedees, S.S., M.A., M.A selaku dosen penguji 2 yang telah memberikan bimbingan, koreksi, dan arahan sehingga peneliti dapat menyempurnakan tugas akhir ini.
8. Dr. Vivid F. Argarini, B.Arts. dan Fahmi Anwar, S.I.Kom, M.I.Kom. selaku triangulator sumber yang dengan tulus membantu dan memberi banyak pengetahuan baru kepada peneliti.
9. Divisi Marketing Communication PT. Drevoov Inovatif Indonesia (Kak Vathia, Kak Chaz, Kak Nurie dan Kak James) yang dengan tulus serta sabar membantu dan memberi banyak pengetahuan baru kepada peneliti.
10. Indira Permata Safitri, sahabat dekat peneliti yang sudah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih karena selalu hadir dan mendukung peneliti, baik dalam keadaan suka maupun duka.
11. Christina Savira Natalia & Gabriella Rezki, sahabat semasa Sekolah Dasar yang sudah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih karena sudah membantu dalam memulihkan keadaan mental peneliti selama penyusunan tugas akhir ini.
12. Evi Meliana Sari, teman jauh yang sudah peneliti anggap sebagai adik sendiri. Terima kasih sudah memberikan semangat, dukungan,

keceriaan, dan kebahagiaan kepada peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

13. Sahabat – sahabat peneliti semasa Sekolah Menengah Atas yang sudah peneliti anggap seperti keluarga sendiri (Pipit, Indah, Icha, Widya, Wulan, Nada, Fery, Abdul, Fiqri, dan Fajar). Terima kasih telah memberikan semangat, dukungan, keceriaan dan kebahagiaan kepada peneliti.
14. Sahabat – sahabat peneliti semasa Sekolah Menengah Pertama yang sudah peneliti anggap seperti keluarga sendiri (Alif Lulu Fauziah dan Denise Michelle Ester). Terima kasih telah memberikan semangat, dukungan, keceriaan dan kebahagiaan kepada peneliti.
15. Teman – teman seperjuangan peneliti selama masuk kuliah sampai sekarang yang sejak awal menemani dalam proses menyelesaikan tugas akhir ini (Imam, Jonathan, Hezar, Dian, Azki, Tami, Shanaz, Sara, dan Indri). Terima kasih telah menjadi pendengar yang baik, memberikan peneliti semangat dan dukungan langsung maupun tidak langsung, terima kasih sedalam-dalamnya. Semua yang telah diberikan sangat berarti bagi peneliti.
16. Teman-teman satu bimbingan Pak Adrian dan teman – teman Ilmu Komunikasi Angkatan 2017 Peminatan Marketing Communication yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, terima kasih untuk waktu kalian selama perkuliahan telah menjadi teman baik bagi peneliti.

Segala kebaikan yang diberikan oleh seluruh pihak, dalam bentuk bantuan maupun bimbingan, peneliti berharap mendapatkan balasan dari Allah SWT. Semoga laporan magang ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Saran dan kritik yang membangun peneliti terima dengan segala kerendahan hati.

Jakarta, 23 Agustus 2021

Peneliti,



Aisha Poetri Azzahra

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Aisha Poetri Azzahra
NIM : 1171003011
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie, **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: “Analisis Resepsi Khalayak pada Fenomena Beauty Privilege dalam Serial K-Drama My ID is Gangnam Beauty”, beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie Berhak menyimpan, mengambil alih/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 23 Agustus 2021

Yang menyatakan



(Aisha Poetri Azzahra)

Analisis Resepsi Khalayak Pada Fenomena Beauty Privilege Dalam Serial K-Drama My ID Is Gangnam Beauty

Aisha Poetri Azzahra

ABSTRAK

Sebagai media massa, film dianggap mampu memengaruhi setiap orang yang menontonnya. Banyak pula film yang mengangkat berbagai fenomena sosial seperti salah satunya fenomena *beauty privilege*. Sering kali orang dengan paras rupawan dianggap lebih beruntung dan lebih baik dalam menjalankan kehidupan, namun kenyataannya tidak selalu seperti itu. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan penerimaan khalayak pada fenomena *beauty privilege* dalam serial K-Drama “My ID is Gangnam Beauty“. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi analisis resepsi Stuart Hall. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *key informan* lebih dominan berada di posisi negosiasi, dengan hasil kesimpulan penelitian bahwa perlu adanya pendekatan yang lebih realistis dalam melihat kecantikan perempuan. Menjadi cantik memang baik, namun tidak seharusnya kecantikan menjadi parameter terpenting dalam menentukan siapa kita sebenarnya.

Kata Kunci: Fenomena *Beauty Privilege*, Drama Korea, Film, Analisis Resepsi, Stuart Hall

*Analysis of Audience Reception on the Beauty Privilege
Phenomenon in the K-Drama Series My ID Is Gangnam Beauty*

Aisha Poetri Azzahra

ABSTRACT

As a mass media, films are considered capable of influencing everyone who watches them. There are also many films that raise various social phenomena such as the phenomenon of beauty privilege. Often people with good looks are thought to be luckier and better at living life, but the reality is not always like that. The purpose of this study is to describe the audience's acceptance of the phenomenon of beauty privilege in the K-Drama series "My ID is Gangnam Beauty". This study uses a qualitative approach with Stuart Hall's reception analysis study. The results of the study indicate that key informants are more dominant in negotiating positions, with the conclusion of the study that a more realistic approach is needed in seeing women's beauty. Being beautiful is good, but beauty should not be the most important parameter in determining who we really are.

Keywords: Beauty Privilege Phenomenon, Korean Drama, Film, Reception Analysis, Stuart Hall

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1 Manfaat Teoritis	12
1.4.2 Manfaat Praktis	12
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Konsep yang Relevan.....	13
2.1.1 Teori Penerimaan Pesan (Analisis Resepsi).....	13
2.1.2 Film Sebagai Komunikasi Media Massa	16
2.1.3 Kecantikan ala Gangnam Korea Selatan.....	20
2.1.4 Serial K-Drama	27
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	28
2.3 Model Kerangka Pemikiran.....	41
BAB III	42
METODE PENELITIAN.....	42
3.1 Desain dan Pendekatan Penelitian.....	42

3.2	Obyek dan/atau Subyek.....	43
3.3	Pengumpulan Data	43
3.4	Analisis Data	46
3.5	Triangulasi Data	48
3.6	Operasional Konsep/Isu	49
BAB IV		54
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		54
4.1	Gambaran Konteks Penelitian	54
4.1.1	Gambaran Umum Serial K-Drama ‘My ID is Gangnam Beauty’ ..	54
4.1.2	Gambaran Umum Obyek Penelitian	65
4.1.3	Gambaran Umum Subyek Penelitian.....	71
4.2	Penyajian Data.....	76
4.2.1	Analisis Deskriptif	76
4.3	Pembahasan dan Diskusi	106
BAB V.....		112
SIMPULAN DAN SARAN		112
5.1	Simpulan.....	112
5.2	Kendala dan Keterbatasan	114
5.3	Saran dan Implikasi	115
5.3.1	Saran Untuk Penelitian Berikutnya.....	115
5.3.2	Saran Untuk Industri/Lembaga Subyek	116
DAFTAR PUSTAKA		118
DAFTAR LAMPIRAN.....		125

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tabel Penelitian Sebelumnya.....	35
Tabel 3. 1 Operasional Konsep/Isu	50
Tabel 4. 1 Respon Key Informan Pada Tiap Adegan.....	85
Tabel 4. 2 Respon Key Informan Pada Tiap Adegan.....	88
Tabel 4. 3 Tabel Tiga Tingkatan Resepsi Key Informan	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Poster Film ‘Imperfect: Karier, Cinta, dan Timbangan’	3
Gambar 1. 2 <i>Screen Capture</i> Video Klarifikasi Ardhito & Tanggapan Pengguna Twitter	6
Gambar 1. 3 Tweet Jefri Nichol & Tanggapan Pengguna Twitter	6
Gambar 1. 4 Riset Kecantikan oleh Klinik ZAP	7
Gambar 1. 5 Rating Per-episode K-Drama My ID is Gangnam Beauty	9
Gambar 1. 6 Poster K-Drama ‘My ID is Gangnam Beauty’	10
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	41
Gambar 4. 1 Poster K-Drama ‘My ID is Gangnam Beauty’	54
Gambar 4. 2 Aktris Im Soo-Hyang	56
Gambar 4. 3 Aktor Cha Eun-Woo	57
Gambar 4. 4 Aktris Jo Woo-Ri	58
Gambar 4. 5 Aktor Kwak Dong-Yeon	59
Gambar 4. 6 Aktris Min Do-Hee	60
Gambar 4. 7 Aktris Kim Sun-Hwa	61
Gambar 4. 8 Aktor Woo-Hyun	62
Gambar 4. 9 Aktris Park Joo Mi	63
Gambar 4. 10 Aktor Park Seung Gun	64
Gambar 4. 11 Aktor Lee Tae-Sun	65
Gambar 4. 12 Cuplikan Episode 3 K-Drama ‘My ID is Gangnam Beauty’	69
Gambar 4. 13 Cuplikan Episode 3 K-Drama ‘My ID is Gangnam Beauty’	70
Gambar 4. 14 Cuplikan Episode 6 K-Drama ‘My ID is Gangnam Beauty’	70
Gambar 4. 15 Key Informan Chaerunissa	71
Gambar 4. 16 Key Informan Indah	72
Gambar 4. 17 Key Informan Widya	72
Gambar 4. 18 Key Informan Sara	73
Gambar 4. 19 Key Informan Dian	73
Gambar 4. 20 Key Informan Fery	74
Gambar 4. 21 Key Informan Hezar	74
Gambar 4. 22 Key Informan Jo	75

Gambar 4. 23 Key Informan Abdul	75
Gambar 4. 24 Kegiatan Focus Group Discussion via Zoom Meeting	77
Gambar 4. 25 Kegiatan Focus Group Discussion via Zoom Meeting	78
Gambar 4. 26 Kegiatan Focus Group Discussion via Zoom Meeting	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 – Pedoman Wawancara FGD	125
Lampiran 2 – Pedoman Wawancara Triangulator Ibu Vivid F. Argarini	126
Lampiran 3 – Pedoman Wawancara Triangulator Mas Fahmi Anwar	126
Lampiran 4 – Transkrip Wawancara FGD.....	126
Lampiran 5 – Transkrip Wawancara Tambahan Indah & Widya.....	152
Lampiran 6 – Transkrip Wawancara Triangulator.....	154
Lampiran 7 – Dokumentasi Focus Group Discussion (FGD).....	168
Lampiran 8 – Dokumentasi Triangulator.....	169