

## **Jejak digital *Korean Wave* dalam membangun ekspektasi dan idealisasi: analisis konten *Youtube* bertajuk romantisasi Pria Korea**

Dwi Annisa Rasmaningsih  
Universitas Negeri Yogyakarta, Indonesia  
[dwiannisa.2022@student.uny.ac.id](mailto:dwiannisa.2022@student.uny.ac.id)

### **Abstrak**

*Korean Wave*, atau juga biasa disebut *Hallyu Wave*, merupakan istilah yang digunakan untuk mewakili penyebaran budaya populer Korea Selatan secara global. Dalam beberapa periode terakhir, *Korean Wave* seringkali menjadi topik yang menuai antusiasme dan apresiasi di sejumlah negara, termasuk Indonesia. Proses ini didukung oleh mobilitas akses teknologi serta inovasi Korea Selatan yang senantiasa memproduksi produk-produk berkualitas. Di Indonesia, penetrasi *Korean Wave* diawali dengan penayangan K-Drama pada awal 2000-an, seperti *Winter Sonata* dan *Full House*. Buntut dari respons yang memuaskan, *Korean Wave* mulai memasuki pasar Indonesia lebih dalam dengan ragam konten lainnya, seperti musik dan *reality show*. Hingga saat ini, K-Drama masih menjadi salah satu unsur *Korean Wave* yang dominan dinikmati. Hal ini tidak mengherankan, mengingat K-Drama menghadirkan sejumlah daya tarik dan *visual pleasure* yang tidak terelakkan. Dari penjabaran sebelumnya, tulisan ini mengerucutkan fokus pada hubungan antara tingkat paparan K-Drama dengan pembentukan persepsi, ekspektasi dan hasrat publik terhadap pria Korea. Penulis mengangkat sampel dari konten YouTube TaraWoni Tv dan YourOnlyJen yang secara konsisten mengunggah konten bertemakan romantisasi pria Korea. Berbekal pemahaman akan teori representasi, kultivasi dan ekonomi politik media, dijabarkan bahwa antusiasme masyarakat dalam mengonsumsi konten romantisasi pria Korea dapat menguatkan citra ideal pria Korea yang dibentuk oleh K-Drama. Citra ini kemudian diinternalisasi menjadi ekspektasi dan persepsi personal, yang melibatkan cinta terhadap pria Korea di dunia nyata. Perlu diingat bahwa representasi media terkadang merupakan hasil distorsi dari realitas, yang mungkin saja dilatarbelakangi oleh kepentingan ekonomi dan politik tertentu, sehingga ada resiko negatif seperti pembentukan standar kecantikan dan karir yang dangkal terhadap pria Korea, atau kekecewaan akan kenyataan yang tidak selaras dengan K-Drama.

**Kata kunci:** *Korean Wave*, K-Drama, representasi, kultivasi, ekonomi politik media

### **Abstract**

*Korean Wave*, or also commonly called *Hallyu Wave*, is a term used to represent the spread of South Korean popular culture globally. In recent periods, *Korean Wave* has often become a topic that has reaped enthusiasm and appreciation in a number of countries, including Indonesia. This process is supported by South Korea's mobility of access to technology and innovation, which always produces quality products. In Indonesia, the penetration of the *Korean Wave* began with the airing of K-Dramas in the early 2000s, such as *Winter Sonata* and *Full House*. In the aftermath of the satisfactory response, *Korean Wave* began to enter the Indonesian market more deeply with a variety of other content, such as music and *reality shows*. Until now, K-Drama is still one of the dominant elements of the *Korean Wave* that is enjoyed. This is not surprising, considering that K-Drama presents a number of attractions and *visual pleasure* that are inevitable. From the previous description, this paper narrows the focus on the relationship between the level of exposure to K-Drama and the formation of public perceptions, expectations and desires towards Korean men. The author took samples from YouTube content from TaraWoni Tv and YourOnlyJen which consistently uploads content with the theme of Korean male romance. Armed with an understanding of the theory of representation, cultivation and political economy of the media, it is explained that the public's enthusiasm in consuming Korean men's romantic content can strengthen the ideal image of Korean men formed by K-Dramas. This image is then internalized into personal expectations and perceptions, which involve love for Korean men in the real world. Keep in mind that media representation is sometimes the result of distortion of reality, which may be motivated by certain economic and political interests, so there are negative risks such as the establishment of superficial beauty and career standards for Korean men, or disappointment with reality that is not in harmony with K-Drama.

**Keywords:** *Korean Wave*, K-Drama, representation, cultivation, political economy media

## A. PENDAHULUAN

*Korean Wave* (Gelombang Korea), atau saat ini juga umum dikenal sebagai *Hallyu Wave* merupakan frasa modern yang biasa digunakan untuk merepresentasikan penyebaran budaya populer Korea Selatan di seluruh dunia. Istilah ini meliputi berbagai bentuk media dan hiburan Korea Selatan, mulai dari musik (*K-Pop*), program televisi (*K-Drama, reality show, variety show*), film, fesyen, makanan, kosmetik, hingga gaya hidup. Dalam beberapa tahun terakhir, *Korean Wave* kerap menjadi topik hangat yang menuai antusiasme besar di sejumlah negara, tidak terkecuali Indonesia. Proses ini berjalan seiring dengan perkembangan teknologi informasi yang masif, serta mobilitas Korea Selatan yang tidak pernah berhenti berinovasi dan memproduksi komoditas-komoditas yang mampu meraih kesuksesan di kancah global.

Penetrasi *Korean Wave* ke Indonesia dimulai dengan munculnya K-Drama pada awal tahun 2000-an di saluran televisi Indosiar. Tayangan drama Korea seperti *Full House* dan *Winter Sonata* rupanya menuai respon positif yang signifikan dari masyarakat Indonesia. Kesuksesan ini membuka gerbang bagi *Korean Wave* untuk masuk lebih dalam ke ranah budaya populer Indonesia. Buntut dari antusiasme positif tersebut, sejumlah saluran televisi nasional mulai ikut menayangkan drama Korea. Hal ini tidak hanya memperluas aksesibilitas penonton terhadap drama Korea, tetapi juga membuka jalan bagi masuknya variasi konten Korea di luar K-Drama, seperti *The Return of Superman, Running Man, Music Bank*, dan lain sebagainya. Walaupun fenomena *Korean Wave* masih terus berkembang, K-Drama masih menjadi salah satu produk Korea yang paling mendominasi pangsa pasar hiburan di Indonesia.

K-Drama menawarkan sejumlah daya tarik yang menjadi kunci kesuksesannya di pasar Indonesia. Daya tarik ini dapat dilihat dari berbagai elemen, seperti alur cerita yang mendalam, karakter yang kompleks, serta pembangunan atmosfer yang apik. Setiap drama mengusung tema-tema umum yang dibungkus dalam narasi emosional, menjadikan cerita tersebut terasa lebih relevan dengan penonton dari berbagai latar belakang. *Visual pleasure* dihadirkan dari

lokasi syuting yang indah, pemilihan kostum, dan sinematografi. Penggabungan elemen musik yang kuat juga berhasil menambah dimensi emosional pada pengalaman menonton.

Tidak jarang, daya tarik K-Drama juga hadir dari visual para aktor dan aktris yang menawan, terlebih pemeran utama pria. Keindahan visual pemeran utama tidak hanya menjadi pelengkap, tetapi juga pendorong fantasi penggemar dalam menginterpretasikan cerita atau karakter yang dilakonkan. Sebagai contoh, aktor Korea Selatan Park Seo Jun di drama *What's Wrong With Secretary Kim* berperan sebagai Lee Young Jun, seorang direktur perusahaan kaya raya, loyal dan berperilaku lembut. Sebagian penggemar mungkin meresapi karakter tersebut sebagai representasi ideal dari pria idaman. Penggemar membayangkan bahwa Park Seo Jun, di kehidupan nyata, memiliki sifat-sifat yang serupa dengan karakter Lee Young Jun yang dibawakannya dalam drama.

Jika ditelusuri secara mendalam, alur pengembangan karakter utama pria dalam K-Drama seringkali mengikuti pola yang familiar, seperti perubahan dari sikap dingin menjadi hangat, pria kaya namun loyal, atau pria pendiam namun berhati lembut. Visual pemeran utama pria yang dipilih pun cenderung similar, seperti tubuh tinggi kekar, wajah mulus, dan rambut indah. Pola identik yang disajikan terus menerus seperti ini dapat menimbulkan ekspektasi khusus terhadap fisik maupun perilaku pria Korea di dunia nyata. Ekspektasi yang terus terpaku pada karakter tertentu dalam K-Drama ini kemudian menjadi sumber stereotipisasi dan glorifikasi yang tidak realistis.

Antusiasme dan idealisasi terhadap pria Korea tercermin melalui popularitas konten *Korean Boyfriend* di berbagai platform, terutama YouTube. Konten-konten ini secara konsisten memperkuat idealisasi penampilan fisik, kepribadian, dan romantisme pria Korea. Konten-konten ini meraup respons aktif dari penonton Indonesia, terbukti dari peningkatan permintaan konten, bertambahnya akun yang menyajikan tema serupa, dan komentar-komentar positif. Sejumlah penonton bahkan menyatakan rasa bangga dan keinginan mereka untuk memiliki pria

Korea. Fenomena ini menjadi cerminan sejauh mana *Korean Wave* dapat memengaruhi persepsi dan preferensi masyarakat Indonesia terhadap citra pria ideal melalui konsumsi dan pemakaian media.

Ekspektasi berlebihan dan representasi yang terlampau tidak realistis berpotensi menimbulkan tekanan bagi para pria Korea Selatan untuk memenuhi standar yang sempit. Hal ini juga berdampak pada cara pandang masyarakat Indonesia terhadap identitas budaya Korea Selatan secara keseluruhan. Asumsi bahwa semua pria Korea memiliki sifat-sifat yang diidealisisasi dalam K-Drama dan konten *Korean Boyfriend* beresiko menghasilkan pemahaman yang dangkal terhadap keragaman budaya Korea. Hal ini dapat mereduksi identitas budaya yang semula kompleks menjadi sekadar gambaran yang rendah.

## **B. TEORI**

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijabarkan, penulis menemukan sejumlah teori dalam lingkup kajian media dan ilmu komunikasi yang dirasa relevan dan berkaitan dengan topik yang ingin dibahas, sebagai berikut:

### **1. Teori Representasi Media (Stuart Hall)**

Teori representasi media merupakan suatu konsep pemikiran yang berusaha mengkaji bagaimana media menyaring dan membentuk makna dari suatu realitas sebelum menyebarkannya kepada audiens. Teori ini juga menekankan fungsi media dalam membentuk persepsi, pola pikir dan nilai-nilai sosial dalam kehidupan masyarakat. Dalam konteks ini, penggambaran pria Korea melalui narasi, simbol dan karakter dalam K-Drama dapat memengaruhi persepsi dan stereotipe audiens terhadap identitas dan perilaku pria Korea dalam kehidupan nyata. Persepsi dan stereotipe ini dapat meliputi sejumlah hal, seperti penampilan fisik yang menawan, tingkah laku yang romantis, pencapaian dalam berkarir, maupun karakteristik yang cenderung berkaitan dengan gagasan maskulinitas lainnya. Dengan demikian, K-Drama tidak

hanya menjadi tayangan hiburan semata, tetapi juga agen aktif dalam membangun ekspektasi masyarakat terhadap pria Korea.

### **2. Teori Interaksi Simbolik (George Herbert Mead) dan *Visual Pleasure* (Laura Mulvey)**

Teori interaksi simbolik memaparkan bahwa manusia memiliki kemampuan untuk berkomunikasi melalui simbol-simbol. Simbol dalam hal ini tidak hanya dipahami sebagai penampilan fisik, tetapi juga penataan ide dan konsep yang dapat memengaruhi persepsi dan emosi audiens. Dalam konteks ini, K-Drama memanfaatkan simbol-simbol seperti tata busana, latar, hingga pengaturan adegan secara strategis untuk membangkitkan identitas dan karakteristik positif bagi para aktor pria. Pemanfaatan simbol secara berulang ini secara signifikan mampu menguatkan konsep-konsep terkait maskulinitas yang diinginkan, disetujui, atau diidolakan oleh masyarakat.

Lebih dalam lagi, teori interaksi simbolik ini dapat dihubungkan dengan konsep *Visual Pleasure* yang digagaskan oleh Laura Mulvey, dimana strategi penggunaan simbol-simbol dalam K-Drama tidak hanya memengaruhi persepsi audiens terhadap karakter pria, tetapi juga memberikan “kepuasan visual” kepada audiens dengan menonjolkan estetika visual.

### **3. Teori Kultivasi (George Gerbner)**

Teori kultivasi menekankan pemikiran bahwa konsumsi terhadap suatu jenis konten media secara konsisten dapat membentuk persepsi dan keyakinan masyarakat sebagaimana apa yang ditampilkan oleh media tersebut. Dalam lingkup pembahasan ini, konsumsi berkelanjutan terhadap representasi pria Korea dalam K-Drama, yang cenderung didramatisasi akan mengkonstruksi cara pikir masyarakat terhadap karakteristik pria Korea. Seiring dengan meningkatnya konsumsi K-Drama, representasi pria Korea yang dihadirkan

oleh media tersebut akan semakin terinternalisasi dalam pemikiran masyarakat, sehingga pada akhirnya terbentuk persepsi, stigmatisasi, hingga glorifikasi terhadap penampilan dan tingkah laku pria Korea dalam kehidupan nyata.

#### 4. Teori Ekonomi Politik Media

Dalam mengkaji fenomena ini, teori ekonomi politik media membuka pemahaman dan kesadaran bahwa media, termasuk K-Drama merupakan produk yang dihasilkan dari suatu sistem kompleks yang melibatkan kekuatan ekonomi dan politik. Perlu ditekankan kembali bahwa apa yang disampaikan media tidak berorientasi untuk menunjukkan kenyataan semata, tetapi juga dilatarbelakangi oleh kepentingan pemilik media serta kebijakan politik yang mendukung industri hiburan.

### C. METODE

Muatan dalam tulisan ini digali dan disusun menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis konten. Data dikumpulkan dari konten-konten video milik saluran YouTube TaraWoni Tv dan YourOnlyJen di Youtube, mencakup topik konten, judul, deskripsi, tagar, dan komentar audiens. Analisis konten dilakukan untuk mengidentifikasi hubungan antara representasi, kultivasi dan ekonomi politik media, dalam konteks ini spesifik pada K-Drama dengan ekspektasi dan idealisasi publik terhadap pria Korea.

### D. HASIL DAN DISKUSI

#### 1. Deskripsi Fenomena

Antusiasme terhadap konten berbau Korea di berbagai platform media, sejalan dengan penetrasi *Korean Wave* yang mulai memasuki ranah audiens internasional, menandakan bahwa fenomena ini tidak hanya membawa peningkatan terhadap popularitas budaya Korea, tetapi juga perubahan cara masyarakat dalam mengonsumsi dan merespons konten media, yang kemudian memengaruhi preferensi, ekspektasi dan interaksi sosial. Pembahasan ini akan spesifik berdiskusi dalam konteks konten

romantis atau *couple* di media yang menekankan daya tariknya pada pria Korea, melihat bagaimana paparan konten-konten tersebut secara berkesinambungan menimbulkan preferensi dan ekspektasi audiens terhadap narasi romantisme dan idealisasi pria Korea yang disajikan dalam K-Drama.

Sebagai sampel, penulis mengambil konten dari saluran YouTube TaraWoni Tv dan YourOnlyJen. Kedua saluran tersebut secara konsisten mempublikasikan berbagai konten pasangan dalam rentang waktu yang cukup lama, dan hingga saat ini masih mampu mempertahankan angka audiens aktif mereka.

#### a. TaraWoni Tv



Gambar 1. Beranda Saluran TaraWoni Tv

TaraWoni Tv dikelola oleh seorang wanita Indonesia bernama Tara, yang menikah dengan pria Korea Selatan, Sangwon. Tara memulai publikasinya di YouTube pada tahun 2020, dengan konten berjudul “Gimana Orang Korea Propose Pacar Indonesia” yang berhasil meraup lebih dari 200 ribu penonton. Melihat reaksi positif tersebut, Tara meluncurkan konten perjalanan menuju pernikahannya dengan Sangwon. Puncaknya, konten dokumentasi hari pernikahan Tara dan Sangwon berhasil menembus 2,6 juta penonton. Saat ini, Tara memperluas variasi publikasinya dengan konten

pertukaran budaya dan kesehariannya di Korea.



Gambar 2 dan 3. Contoh Publikasi TaraWoni Tv

Sepanjang publikasinya, Tara sangat sering menambahkan unsur-unsur Korea seperti “Suami Korea”, “Mertua Korea”, “Sahabat di Korea”, dan lainnya yang disesuaikan dengan muatan konten. Pada konten yang spesifik membahas romantisme dengan suaminya, Tara menambahkan beberapa tagar seperti #KoreaIndonesiaCouple, #PernikahanKorea, dan #SuamiKorea.



Gambar 4. Tagar Dalam Deskripsi Salah Satu Publikasi TaraWoni Tv

b. YourOnlyJen

YourOnlyJen merupakan saluran YouTube yang dijalankan oleh gadis asal Denmark, Jennie. Jennie terbilang belum lama memulai publikasinya di Youtube, yakni sejak tahun 2022. Konten yang diunggah Jennie masih cenderung homogen, yakni konten hiburan dan keseharian romantis bersama pacar jarak jauhnya dari Korea Selatan, Hojun. Walaupun masih tergolong baru, YourOnlyJen sudah berhasil mengumpulkan 504 ribu subscriber organik. YourOnlyJen memiliki publikasi terlaris, yakni video momen mengharukan ketika dirinya mengantarkan Hojun kembali ke negaranya, yang berhasil meraih 5,3 juta tayangan.

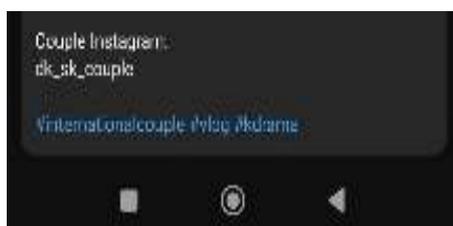


Gambar 5. Beranda Saluran YourOnlyJen

Mirip dengan pola yang disajikan Tara, YourOnlyJen beberapa kali membubuhkan kata “Korean Boyfriend” dalam judul publikasinya. Bahkan, dalam deskripsi sejumlah video, YourOnlyJen menggunakan tagar #Kdrama.



Gambar 6 dan 7. Contoh Publikasi YourOnlyJen



Gambar 8. Tagar Dalam deskripsi Salah Satu Konten YourOnlyJen

Baik TaraWoni Tv maupun YourOnlyJen, konten-konten yang diunggah keduanya menuai berbagai reaksi dan komentar yang cenderung positif dari audiens mereka. Melalui komentar-komentar yang ditampilkan pada gambar, dapat ditafsirkan

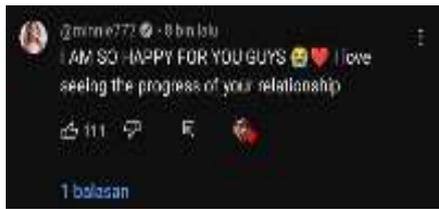
sejumlah kemungkinan faktor yang menjadi penyebab mengapa para audiens memberi apresiasi dan antusiasme pada konten-konten tersebut, seperti kesukaan pada konten berbau romantisme, ketertarikan akan wawasan pertukaran budaya di dalamnya, kesenangan akan visual dan keserasian pasangan tersebut, hingga ekspektasi dan keinginan untuk menjalin hubungan asmara dengan pria Korea, seperti yang diasosiasikan dalam K-Drama atau K-Pop. Dalam pembahasan selanjutnya, penulis mengerucut pada analisis terkait faktor ekspektasi dan idealisasi



terhadap pria Korea akibat paparan K-Drama.

Gambar 9 dan 10. Komnter pada Konten TaraWoniTV





Gambat 11 dan 12. Komentar pada Konten YourOnlyJen

Melihat adanya kemiripan penambahan unsur-unsur Korea dalam judul dan tagar publikasi kedua saluran tersebut, dapat ditafsirkan bahwa Tara dan Jennie selaku produser media menyadari adanya daya tarik tersendiri yang dimiliki oleh unsur-unsur Korea. Strategi ini dapat dilihat sebagai upaya untuk menarik perhatian audiens yang memiliki minat pada budaya Korea dan hubungan romantis dengan pasangan, utamanya pria dari Korea. Disadari atau tidak, sajian konten-konten ini mengkonstruksi citra dan karakteristik tertentu terhadap budaya dan pria Korea, yang secara berkelanjutan dapat dimaknai menjadi ekspektasi, stigma hingga idealisasi oleh audiens.

## 2. Analisis Kaitan Teori

### a. Representasi

Pengaruh representasi dalam hal ini dijelaskan dalam pola pembentukan citra ideal pria Korea yang oleh K-Drama. Pria Korea dalam muatan K-Drama seringkali direpresentasikan dalam simbol-simbol maskulinitas yang mirip dan mudah terdeteksi, yakni sebagai sosok tampan, perhatian, romantis, sukses, dan karakteristik positif lainnya. Bagi sebagian besar audiens, simbol-simbol ini bisa membawa *visual pleasure* tersendiri yang sangat sulit untuk diabaikan. Penampilan fisik dan perilaku pria Korea dalam K-Drama tidak hanya menegakkan representasi, tetapi juga menjadi referensi utama dalam konstruksi citra ideal yang dresapi oleh pikiran dan harapan audiens. Representasi ini secara berkelanjutan membangun standar kecantikan dan stereotype tertentu

terkait sosok pria Korea seperti apa yang dianggap ideal.

### b. Kultivasi

Dalam kacamata teori kultivasi media, fenomena ini menandakan pergeseran cara audiens dalam menerima media, dari sekadar konsumsi konten hiburan menjadi pengalaman yang lebih mendalam dan personal. Konten-konten romantisasi pria Korea, seperti yang diproduksi oleh TaraWoni Tv dan YourOnlyJen, tidak hanya dimaknai sebagai produk hiburan yang ditonton, tetapi menjadi suatu “wahana” yang dapat memberikan pengalaman langsung, atau setidaknya memicu imajinasi audiens terkait realitas sosial layaknya apa yang dikemas dalam K-Drama.

Penggunaan kata kunci spesifik seperti "#KoreaIndonesiaCouple" dan "#SuamiKorea" menunjukkan kaitan langsung antara konten dengan ekspektasi audiens. Melalui konten-konten ini, audiens dipersuasi untuk lebih dari sekadar menikmati kisah romantis. Idealisasi pria Korea yang sempurna dalam K-Drama menjadi referensi utama bagi audiens untuk mengeksplorasi dan menciptakan standar terhadap hubungan yang mereka inginkan di dunia nyata.

### c. Ekonomi Politik Media

Fenomena *Korean Wave* terasa membawa dampak signifikan terhadap struktur industri media di kancah global. Peningkatan antusiasme terhadap konten berunsur Korea di berbagai platform, seperti yang dihasilkan TaraWoniTv dan YourOnlyJen dapat menciptakan peluang ekonomi baru. Berkat kemudahan akses media sosial saat ini, masyarakat dari latar belakang manapun dapat menjadi produsen konten. Siapapun yang melek akan potensi komersial pada unsur-unsur Korea dapat mengeksploitasi tren ini untuk menarik perhatian khusus pada segmen audiens yang memiliki minat pada budaya Korea.

Tren konten-konten romantisasi pria Korea tidak hanya diproduksi untuk memenuhi

kebutuhan pasar global yang mulai terpengaruh oleh *Korean Wave*, tetapi juga melibatkan kekuatan ekonomi dan politik yang kompleks. Dengan membangun representasi dan legitimasi kebudayaan yang positif di dunia hiburan, pemerintah Korea Selatan mampu melebarkan hubungan diplomatik dan ekonomi dengan berbagai negara di seluruh dunia. Keuntungan yang dihasilkan dapat memengaruhi pemerintah untuk menciptakan kebijakan-kebijakan yang semakin mendorong *Korean Wave*. Begitupun dengan penguasa industri hiburan yang memegang kendali terhadap produksi konten media, mereka akan memproduksi konten sesuai dengan keinginan audiens serta kebijakan yang berlaku, meskipun harus mendistorsi realita.

### 3. Analisis Resiko

Popularitas konten yang menekankan daya tarik pada pria Korea memang memiliki peluang dan kontribusi positif dari segi *engagement* dan legitimasi kebudayaan Korea di mata global. Tetapi, perlu adanya kesadaran bahwa konstruksi representasi yang cenderung mendramatisasi dan tidak realistis beresiko menimbulkan distorsi realitas yang tidak sehat bagi para pria Korea di dunia nyata, misalnya standar kecantikan dan tuntutan karir yang sempit. Pria Korea seakan dipaksa untuk memenuhi ekspektasi dan obsesi masyarakat terkait “pria ideal yang seharusnya”. Jika realitas pria Korea tidak berhasil memenuhi ekspektasi tersebut, dikhawatirkan hal ini akan menimbulkan kekecewaan besar sehingga masyarakat memiliki pandangan yang berbalik tajam terhadap pria dan kebudayaan Korea

## E. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis pada konten-konten unggahan TaraWoni Tv dan YourOnlyJen, dapat disimpulkan bahwa fenomena penetrasi *Korean Wave* tidak hanya mendongkrak popularitas kebudayaan Korea secara vertikal, tetapi juga merubah perilaku masyarakat dalam menerima dan menafsirkan konten media. Mengerucut

pada reaksi positif audiens terhadap konten TaraWoniTv dan YourOnlyJen yang menitik beratkan daya tarik mereka pada pria Korea dan romantisme, terdapat sejumlah ekspektasi, persepsi hingga hasrat sebagian besar audiens untuk menjalin hubungan asmara dengan pria Korea.

Ekspektasi, persepsi dan hasrat personal ini dapat dipicu oleh konsumsi K-Drama yang mengkonstruksi citra positif pria Korea melalui simbol-simbol maskulinitas. Tara dan Jennie selaku produser konten pun menyadari adanya peluang audiens yang mengapresiasi unsur, terkhusus pria Korea dan K-Drama, yang terbukti dari penggunaan judul, tagar dan deskripsi, seperti #SuamiKorea, #Kdrama, #KoreaIndonesiaCouple, dan lain sebagainya. Penggambaran pria Korea ideal, yang dikemas K-Drama melalui simbol-simbol maskulinitas yang hampir sempurna menjadi efek visual pleasure yang tidak terelakkan pada audiens. Dampak hal ini, representasi dan idealisasi pria Korea di K-Drama semakin terinternalisasi dalam pemikiran masyarakat.

Melihat fenomena dalam lingkup teori kultivasi, konten-konten yang meromantisasi pria Korea tidak hanya dimaknai sebagai sumber hiburan semata oleh audiens, tetapi juga sarana yang dapat memberi pengalaman, atau setidaknya memicu audiens untuk berimajinasi seakan realitas terjadi seperti di dalam K-Drama. Idealisasi pria Korea dalam K-Drama menjadi acuan utama audiens untuk menggali dan membentuk standar pria idaman yang mereka idamkan di dunia nyata.

Memahami unsur ekonomi politik media pada fenomena, peningkatan antusiasme masyarakat dan produksi konten media yang melegitimasi citra positif bagi kebudayaan Korea tidak hanya memengaruhi audiens, tetapi juga para pemangku kekuasaan ekonomi dan politik. Kesuksesan *Korean Wave* dalam mendominasi pasar global memberi keuntungan dalam segi diplomasi Korea Selatan, sehingga memungkinkan pemerintah untuk menyusun kebijakan yang mendorong legitimasi budaya mereka. Begitu pula dengan para penguasa industri hiburan, strategi pembuatan konten mereka

tidak hanya menyesuaikan keinginan pasar, tetapi juga beradaptasi dengan kebijakan yang ada.

Perlu dipahami bahwa ada resiko signifikan yang dapat ditimbulkan dari fenomena ini, yakni munculnya standar kecantikan dan kesuksesan sempit bagi pria Korea. Pria Korea diekspektasikan untuk memiliki visual dan kepribadian layaknya dalam K-Drama, walaupun sebenarnya representasi K-Drama banyak mendistorsi realita. Publik yang berekspektasi terlalu tinggi pada pria Korea di dunia nyata dikhawatirkan menjumpai kekecewaan yang akhirnya merubah persepsi mereka terhadap pria Korea secara negatif.

#### **F. DAFTAR PUSTAKA**

- Dwiana, Ressi. (2014). Korean Wave, Imperialisme Budaya dan Komersialisasi Media. *Jurnal Komunikasi Universitas Tarumangera*, 1(1), 41-51.
- Indananto, Yofiendi Indah., dan Faiz Albar Nasution. (2020). Representasi di Media Sosial sebagai Pembentuk Identitas Budaya Populer. *Jurnal Semiotika*, 14(1), 102-110.
- Ivan Ibnu Salam., dkk. 2012. Hubungan antara Terpaan Drama Korea di Televisi dengan Gaya Hidup Penonton. *eJournal Mahasiswa Universitas Padjajaran*, 1(1), 1-16.
- Putri, Idola Perdini, dkk. 2019. K-Drama dan Konten Penyebaran Korean Wave di Indonesia. *ProTV*, 3(1), 68-80.