

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pustaka

Kajian literatur memegang peranan penting dalam proses penelitian, baik yang berbasis pustaka maupun yang berbasis lapangan, karena memiliki peranan yang vital. Fungsi dari kajian pustaka adalah untuk menyediakan dasar teoritis bagi tujuan penelitian dalam bidang keilmuan (Widiarsa, 2019).

Berdasarkan Pohan yang dikutip dalam Prastowo, tujuan dari merancang kajian pustaka adalah untuk mengumpulkan informasi serta data ilmiah terkait teori, metode, atau pendekatan yang telah ada dan dicatat dalam berbagai media seperti buku, jurnal, naskah, catatan, rekaman sejarah, dokumen, dan lain-lain yang dapat diakses di perpustakaan. Penelitian ini bertujuan untuk mencegah terjadinya pengulangan, peniruan, dan plagiarisme, termasuk subplagiarisme (Hamzah, 2021).

2.1.1 Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian pada saat ini

2.1.1.1. Penelitian Dalam Perspektif 1

Anindya Dian Kusuma, skripsi yang berjudul Pesan Motivasi dalam Drama Korea Tomorrow (Analisis Konten di Drama Tomorrow). Dari hasil penelitian tersebut, permasalahan yang dihadapi di Korea sebagian besar serupa dengan yang terjadi di Indonesia. Di sini, drama Korea berfungsi sebagai sarana yang berpengaruh dalam bidang pendidikan, hiburan, informasi, serta sebagai penggerak pertumbuhan sektor hiburan lainnya. Drama Tomorrow menawarkan perspektif

baru kepada para penontonnya dan berfungsi sebagai alat untuk belajar mengenai isu kesehatan mental, menjadikan drama ini menarik untuk ditonton. Banyak pesan yang disampaikan oleh para pembuat film, terutama pesan motivasi yang bisa diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan analisis konten pada setiap episodenya. Fokus dari penelitian ini adalah menganalisis berbagai pesan yang terdapat di dalamnya, khususnya pesan motivasi yang berhubungan dengan teori kebutuhan dari Abraham Maslow. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pesan motivasi dalam drama Korea Tomorrow, yaitu kebutuhan akan keamanan, kebutuhan sosial, kebutuhan untuk dihargai, dan kebutuhan untuk realisasi diri (Kusuma, 2023).

2.1.1.2. Penelitian Dalam Perspektif 2

Maulidiah Pratiwi, skripsi dengan judul Analisis Semiotika Relevansi Kode Etik Public Relation dalam Drama Korea Shooting Stars. Penelitian ini bertujuan untuk menggali cara kode etik hubungan masyarakat ditampilkan dalam drama Korea Shooting Stars (2022). Data dikumpulkan melalui observasi dan dokumentasi dari episode 12 drama Korea Shooting Stars (2022) dengan pendekatan penelitian kualitatif. Fokus analisis dalam serial ini adalah pada visual dan dialog yang terdapat di dalamnya. Penelitian ini juga menerapkan teori semiotika yang diusulkan oleh Roland Barthes, yang mencerminkan bahwa proses penggambaran berpusat pada arti denotasi, konotasi, dan mitos. Temuan dari riset menunjukkan bahwa dalam episode 12 drama Shooting Stars (2022) terdapat beberapa adegan yang mencerminkan elemen kode etik humas yang telah ditentukan oleh *International Public Relations Association* (IPRA), meliputi integritas baik secara

pribadi maupun profesional, cara berinteraksi dengan klien dan atasan, cara berhubungan dengan media dan masyarakat, serta hubungan dengan sesama profesional. Kesimpulan yang diperoleh dari studi ini adalah bahwa kode etik humas terdapat dalam serial drama Korea *Shooting Stars* (2022), yang disampaikan lewat arti denotatif, konotatif, dan unsur mitologis yang mewakili kode etik public relations (Pratiwi, 2022).

2.1.1.3. Penelitian Dalam Perspektif 3

Riska Faihatasya Rosida, Tugas Akhir dengan judul Analisis Semiotika Makna Kegigihan Dalam Tayangan Drama Korea *Itaewon Class*. Berdasarkan studi ini, Penelitian ini berfokus pada sikap gigih yang diperlihatkan oleh tokoh utama, Park Saeroy. Sikap gigih adalah karakter yang tidak menyerah dan harus dimiliki oleh setiap individu untuk mencapai tujuan hidupnya.

Salah satu maksud dari dilakukannya penelitian ini adalah mengenali proses kegigihan seseorang serta memahami makna kegigihan yang terdapat dalam drama Korea *Itaewon Class*. Pendekatan yang digunakan dalam studi ini adalah analisis semiotika dengan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Proses analisis data dilakukan pada tayangan drama Korea *Itaewon Class* dengan cara mengamati gambar, suara, atau dialog yang mengandung unsur tanda-tanda yang menggambarkan makna kegigihan. (petanda) *signified* (ROSIDA, n.d.).

2.1.1.4 Perbedaan Penelitian Ini dengan Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya telah banyak menganalisis arti motivasi, perjuangan karakter, dan simbol-simbol budaya dalam berbagai drama dari Korea. Akan tetapi, studi-studi tersebut umumnya hanya mengeksplorasi satu atau dua lapisan makna,

atau terpusat pada tema tertentu tanpa menjelaskan dengan cara yang komprehensif bagaimana tanda visual, dialog, dan ideologi saling terkait. Di samping itu, kebanyakan penelitian yang ada belum sepenuhnya menerapkan pendekatan semiotika Roland Barthes pada ketiga tingkat makna: denotasi, konotasi, dan mitos.

Beberapa studi sebelumnya hanya menyentuh arti konotatif atau denotatif, tanpa mengkaji pembentukan mitos sebagai elemen dari ideologi budaya populer Korea. Penelitian yang ada juga belum menekankan bagaimana simbol-simbol sosial seperti busana, ekspresi wajah, suasana kerja, serta pergeseran status sosial menghasilkan makna motivasional dalam konteks budaya Korea Selatan.

GAP lainnya ada pada minimnya diskusi antarbudaya. Penelitian sebelumnya belum menjalin hubungan antara arti motivasi dalam drama Korea dengan cara penonton Indonesia menafsirkan simbol-simbol itu berdasar nilai-nilai lokal seperti kekeluargaan, kerja sama, dan solidaritas sosial. Penelitian ini mengisi kekurangan tersebut dengan menyajikan refleksi konteks sosial, sehingga memperlihatkan bahwa makna motivasi tidak hanya ditentukan oleh budaya Korea, tetapi juga pengaruh dari budaya penonton di Indonesia.

Selain itu, studi-studi sebelumnya yang meneliti drama Korea umumnya lebih menitikberatkan pada temuan umum seperti perjuangan karakter, persahabatan, atau konflik sosial, tanpa secara khusus menganalisis drama *Start-up* sebagai cerminan budaya teknologi kapitalisme modern, dan mitos meritokrasi. Peneliti ini mengisi kekosongan tersebut dengan menunjukkan bahwa *Start-up* tidak hanya menampilkan motivasi individu, tetapi juga membangun cerita ideologis tentang kesuksesan, persaingan, dan peran generasi muda dalam industri *Start-up*.

Dengan begitu, kajian ini memiliki keunikan dan kontribusi baru karena:

1. Menggunakan teori semiotika Roland Barthes secara komprehensif (denotasi, konotasi, mitos).
2. Menggabungkan analisis tanda verbas dan visual secara mendalam.
3. Mencakup refleksi budaya lintas Indonesia-Korea.
4. Mengungkap mitos meritokrasi dan kapitalisme dalam drama Start-up.
5. Menyajikan pemaknaan motivasi yang lebih menyeluruh dibandingkan dengan penelitian-penelitian terdahulu.

Tabel 2.1

**Matriks Penelitian Terdahulu Pendekatan Kualitatif Pesan Motivasi Drama
Korea Tomorrow (Analisis Isi dalam Drama Tomorrow)**

No.	Item	Penelitian 1
1.	Nama, Tahun, Judul, dan Nama Kota	Anindya Dian Kusuma, 2023, "Motivasi Drama Korea Tomorrow (Analisis Isi dalam Drama Tomorrow) ", Fakultas Dakwah UIN Prof.K.H. Saiffuddin Zuhri Puwokerto.
2.	Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui pesan motivasi yang terkandung dalam drama Korea Tomorrow.
3.	Pendekatan Penelitian	Deskriptif Kualitatif.
4.	Teori	Teori Motivasi Abraham Maslow
5.	Hasil	1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis, dapat disimpulkan bahwa drama Korea Tomorrow pada episode 1 dengan judul "Bunga Yang gugur 1",2 "Bunga Yang Gugur 2",3 "Hutan Waktu 1",4 "Hutan Waktu 2 dan Pohon",5 "Pohon 2",7 "Penjara Tak Berjeruji", 10 "Nafas" memiliki pesan motivasi yang diklasifikasikan menurut teori kebutuhan Abraham Maslow yaitu kebutuhan rasa aman,

		kebutuhan sosial, kebutuhan akan penghargaan dan kebutuhan aktualisasi diri. Berdasarkan hasil analisis peneliti terhadap pesan motivasi dalam drama Tomorrow menemukan kebutuhan rasa aman terdapat 1 adegan seperti pada episode 10, kebutuhan sosial ada 13 adegan, kebutuhan akan penghargaan ada 1 adegan, kebutuhan aktualisasi diri ada 2 adegan. 2. Total ada 17 adegan yang dilihat dari gambaran adegan berupa perilaku dan percakapan yang mencerminkan pesan motivasi menurut teori yang telah penulis terapkan dalam drama Korea Tomorrow ini. Namun dari berbagai motivasi, kebutuhan sosial lebih mendominasi karena pada hakikatnya manusia adalah makhluk sosial yang artinya tidak bisa sendiri dan memerlukan orang lain untuk bertahan hidupnya.
6.	Perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan	Perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti terdapat pada objek penelitiannya, sementara persamaannya adalah sama-sama meneliti pesan motivasi yang terdapat dalam drama korea tersebut meskipun objeknya berbeda.

7.	Kritik	Dapat mencakup analisis menyeluruh tentang bagaimana pesan motivasi disampaikan dan diterima oleh penonton. Selain itu, penting untuk mengevaluasi metode analisis isi yang digunakan, serta relevansi dan efek pesan tersebut dalam konteks sosial dan budaya saat ini.
----	--------	--

Tabel 2.2

**Matriks Penelitian Terdahulu Pendekatan Kualitatif Analisis Semiotika
Representasi Kode Etik Public Relation Pada Drama Korea Shooting Stars**

No.	Item	Penelitian 2
1.	Nama, Tahun, Judul, dan Nama Kota	Maulidyah Pratiwi, 2022, "Analisis Semiotika Representasi Kode Etik Public Relation Pada Drama Korea Shooting Stars", Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
2.	Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui makna tannda kode etik public relations pada serial Drama Korea Shooting Stars.
3.	Pendekatan Penelitian	Tidak dijelaskan secara rinci.
4.	Teori	Teori Semiotika Roland Barthes
5.	Hasil	Hasil penelitian ini diketahui bahwa dalam drama Shooting Stars (2022) episode 12 memiliki beberapa scene yang mengandung unsur kode etik public relation yang telah disahkan oleh International Public Relations Association (IPRA), yaitu integritas pribadi dan professional, perilaku terhadap klien dan atasan, perilaku terhadap media dan publik, dan perilaku terhadap rekan seprofesi. Kesimpulan yang didapatkan dari

		penelitian ini ialah terdapat kode etik public relations dalam serial drama Korea Shooting Stars (2022) yang disajikan dalam makna denotasi, makna konotasi, hingga mitos yang mempresentasikan kode etik public relation.
6.	Perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan	Persamaanya dengan penelitian yang dilakukan ialah menggunakan analisis semiotika untuk memahami makna yang terkandung dalam cerita. Sedangkan, perbedaannya ialah Fokus analisis mereka berbeda, dengan "Shooting Stars" berfokus pada representasi kode etik public relations. Dalam "Start Up", fokus analisis adalah motivasi yang dihadirkan dalam cerita.
7.	Kritik	Tidak dijelaskan secara rinci terkait metodologi penelitiannya.

Tabel 2.3

**Matriks Penelitian Terdahulu Pendekatan Kualitatif Analisis Semiotika
Makna Kegigihan Dalam Tayangan Drama Korea Itaewon Class**

No.	Item	Penelitian 3
1.	Nama, Tahun, Judul, dan Nama Kota	Riska Faihatasya Rosia, 2021, " Analisis Semiotika Makna Kegigihan Dalam Tayangan Drama Korea Itaewon Class", Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi Universitas Semarang.
2.	Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui analisis semiotika sikap gigih pada tokoh Park Sae Roy dalam tayangan drama Korea Itaewon Class.
3.	Pendekatan Penelitian	Deskriptif Kualitatif
4.	Teori	Teori Ferdinand De Saussure
5.	Hasil	Pada tokoh utama mempunyai kisah perjuangan yang luar biasa dengan tekad dan kegigihannya ia mau untuk merubah kehidupannya agar menjadi lebih baik lagi. Saat Park saeroy menceritakan masa lalunya ditinggal meninggal oleh ayahnya yang mengalami kecelakaan yang disebabkan oleh Jang Geun putra dari Presdir Jang, pada saat itu

		park saeroy terlihat sedih dan emosional. Namun ketika ia mengingat lagi perjuangan ayahnya sewaktu ia masih bersama-sama membangun usaha kuliner kecil-kecilan bersama ayahnya kini Park Saeroy terlihat menjadi lebih bersemangat dan tidak mau menyerah. Hingga pada akhirnya setelah 9 tahun ia bekerja, sedikit demi sedikit uang terkumpul dan ia bisa mewujudkan tekadnya untuk membangun sebuah bisnis kuliner makanan. Ia menyewa sebuah gedung yang berada di kota Seoul untuk membaung usaha kulinernya Park Saeroy menamakan kedainya adalah kedai Danbam.
6.	Perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan	Persamaannya ialah kedua penelitian ini menggunakan metode analisis semiotika, yang berarti bahwa keduanya berfokus pada bagaimana tanda dan simbol digunakan untuk menyampaikan makna tertentu dalam drama korea. Sedangkan perbedaannya yaitu terdapat pada fokus tema "Itaewon Class" lebih menekankan makna kegigihan, yang dikaitkan dengan perjuangan karakter utama untuk mencapai impian mereka melalui berbagai hambatan. Di sisi lain "Start Up"

		berfokus pada makna motivasi yang lebih luas, yang mencakup banyak hal, seperti kewirausahaan, inovasi, dan mencari jati diri dalam konteks bisnis.
7.	Kritik	Sejauh ini yang dibaca dari penelitian terdahulu tersebut sudah cukup jelas dan rinci dalam penjelasannya.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan dasar penelitian yang didasarkan pada fakta-fakta, observasi, dan penelitian kepustakaan. Kerangka berpikir yang terdiri dari narasi harus bersifat kritis, sistematis serta menggunakan teori yang berkaitan dengan penelitian. Di lapangan, banyak ditemukan bahwa pembuatan kerangka berpikir sering didasarkan pada persepsi sendiri dan tolak menggunakan referensi kepustakaan sebagai rujukan (Syahputri1 et al., 2023).

2.2.1. Kerangka Teoritis

2.2.1.1. Tinjauan Ilmu Komunikasi (Grand Theory)

Istilah komunikasi menjadi semakin populer sehingga muncul berbagai macam istilah baru, termasuk komunikasi timbal balik, komunikasi yang tidak langsung, komunikasi dari atas ke bawah, komunikasi sejajar, serta komunikasi yang saling bertukar, di antaranya. Harold D. Lasswell menyebutkan bahwa untuk menjelaskan suatu tindakan komunikasi, adalah hal yang tepat untuk menjawab pertanyaan "Siapa pengirimnya, apa yang dikirimkan, menggunakan media apa, kepada siapa, dan apa efeknya" (Cangara, 2018).

Komunikasi merupakan suatu proses yang melibatkan setidaknya dua orang dalam mengirim serta menerima pesan atau informasi agar dapat dipahami dengan baik. Proses komunikasi berlangsung saat dua individu atau lebih saling berbicara dan berbagi informasi, baik itu secara langsung maupun tidak langsung. Pada dasarnya, komunikasi meliputi interaksi, yaitu serangkaian aktivitas yang mendukung pembentukan hubungan antara pengirim dan penerima pesan di lokasi atau waktu yang berbeda.

Secara terminology, menurut para pakar komunikasi menjelaskan konsep komunikasi dari berbagai sudut pandang dan opini mereka masing-masing, di antaranya: (Danil Vardiansyah, 2008) menyampaikan beberapa definisi komunikasi secara istilah yang diajukan oleh para ahli. :

1. Jenis dan Kelly mengungkapkan bahwa seorang komunikator mengirimkan rangsangan, sering kali berupa kata-kata, untuk memodifikasi atau memengaruhi tindakan orang lain.
2. Berelson dan Stainer menjelaskan bahwa komunikasi adalah proses menyampaikan informasi, ide, perasaan, keterampilan, dan sebagainya dengan menggunakan simbol seperti kata, gambar, angka, dan lainnya.
3. Gode: "Proses komunikasi menjadikan sesuatu yang awalnya dimiliki oleh satu orang menjadi dimiliki oleh dua orang atau lebih. "
4. Brandlun: "Komunikasi muncul karena kebutuhan untuk mengurangi rasa keraguan, bertindak dengan efisien, serta mempertahankan atau memperkuat rasa diri. "
5. Resuch: "Komunikasi merupakan proses yang menyambungkan berbagai aspek dalam kehidupan seseorang. "
6. Weaver: "Komunikasi meliputi seluruh cara di mana pikiran seseorang dapat memengaruhi pemikiran orang lain. "

Fungsi dari interaksi ataupun komunikasi adalah tujuan setiap manusia dalam berbagai aktivitas sehari-hari. Hal ini melibatkan proses pertukaran informasi, gagasan, fakta, pandangan, atau emosi antara mereka yang punya hubungan atau kepentingan bersama. Setiap individu memanfaatkan fungsi komunikasi ini. Fungsi

tersebut berlangsung dalam berbagai kegiatan, seperti berinteraksi dengan orang lain, baik secara individu maupun dalam kelompok atau organisasi. Dengan demikian, peran komunikasi menjadi sangat penting dalam kehidupan sosial. Saat manusia saling berbicara atau bertukar informasi, mereka dapat menyampaikan informasi (Milyane, 2022).

Namun, dalam proses berinteraksi, tidak selamanya semuanya berlangsung mulus dan sesuai dengan yang diinginkan, seperti yang telah dijelaskan sebelumnya mengenai fungsi komunikasi. Ada banyak gangguan dan kendala yang muncul saat berkomunikasi. Gangguan komunikasi adalah masalah yang terkait dengan kemampuan seseorang untuk menerima, mengirim, mengolah, dan memahami informasi yang diberikan.

Dalam hal ini, bisa mencakup komunikasi dengan kata-kata, isyarat non-verbal, atau simbol-simbol. Gangguan komunikasi dapat terjadi pada anak-anak, orang dewasa, atau individu yang pernah mengalami cedera otak. Di samping itu, hambatan dalam komunikasi termasuk segala macam gangguan dalam proses penyampaian dan penerimaan pesan antar individu, yang umumnya disebabkan oleh faktor lingkungan, fisik, atau psikologis dari orang-orang yang turut serta dalam bagian tersebut (Milyane, 2022).

Komunikasi bertujuan untuk meningkatkan pemahaman satu sama lain, mengubah sikap, atau bahkan mengubah perilaku (Nugroho 2004). Menurut Katz dan Robert Kahn (1987), tujuan utama proses komunikasi adalah transmisi makna dan berbagai informasi dari sisten sosial atau organisasi. Namun, komunikasi yang terjadi antara individu untuk mencapai sebuah tujuan dan menghasilkan

pemahaman tidak sekadar untuk mengirimkan pesan atau informasi (Ruslan, 2003). Seseorang perlu dapat berdialog dengan orang lain agar bisa berkolaborasi dan menyusun tindakan untuk meraih tujuan yang sama (Nuzul, 2022).

2.2.1.2. Tinjauan Public Relations

Hubungan masyarakat adalah salah satu bidang dalam komunikasi yang sangat krusial. Setiap individu pasti menjalankan peran humas, baik untuk kepentingan pribadi, orang lain, kelompok, organisasi, maupun masyarakat luas. Sebagaimana diungkapkan oleh Hermawan (2012:152-153), public relations adalah suatu kegiatan pengelolaan yang direncanakan dan dilakukan secara terus-menerus oleh sebuah lembaga untuk mendapatkan pengertian, dukungan, dan membujuk masyarakat agar menerima suatu situasi (Armayanti, 2021).

Tujuan dari hubungan masyarakat adalah untuk membangun pemahaman di kalangan publik, sehingga dapat memperkuat citra dan reputasi perusahaan yang positif. Citra yang baik akan menarik pelanggan serta mendorong kepercayaan antara investor, karyawan, dan masyarakat. Perusahaan dapat menunjukkan dedikasinya terhadap etika dan tanggung jawab sosial melalui komunikasi yang jelas dan konsisten. Selanjutnya adalah menciptakan opini publik yang positif. Perusahaan dapat mempengaruhi cara masyarakat melihat mereka melalui kampanye komunikasi yang efektif. Kampanye seperti itu dapat menangani masalah yang mungkin muncul dan membuat cerita yang mendukung citra perusahaan (Rochmaniah et al., 2021).

Seorang ahli Djanalis Djanaid, berdasarkan karya Frida Kusumastuti (2002:22), "Ada dua fungsi dalam Hubungan masyarakat: konstruktif dan korektif. " Peran

konstruktif berfokus pada mendorong semua aktivitas perusahaan agar dilakukan dengan rencana yang matang dan berkelanjutan, yang biasanya bersifat proaktif. Sementara itu, dalam peran korektif, hubungan masyarakat berfungsi sebagai penanggulangan masalah, yang artinya jika suatu perusahaan atau organisasi (Armayanti et al., 2022).

Di sisi lain, Hubungan Masyarakat memiliki keterkaitan yang kuat dengan interaksi sosial dalam kehidupan sehari-hari. PR dan perusahaan memiliki tujuan yang serupa, terutama terkait citra dan reputasi. Selain itu, konsep PR juga menekankan prinsip kemanusiaan, termasuk penghormatan terhadap hak asasi manusia, serta penegakan etika dan moral. Perkembangan teknologi informasi pada era digital membuka peluang bagi peningkatan Public Relation (PR) dengan memperkenalkan perspektif dan cara komunikasi yang baru. Teknologi memfasilitasi akses informasi yang lebih mudah, memungkinkan institusi untuk memanfaatkannya dalam mendukung kegiatan PR dengan lebih efisien dan menjangkau masyarakat yang semakin beragam. Bagi para profesional PR, teknologi membuat pekerjaan mereka menjadi lebih mudah (Erlianti et al, 2024).

Adapun definisi lain menyatakan bahwa hubungan masyarakat adalah suatu komunikasi dan usaha untuk membangun persepsi publik sebagai salah satu masukan bagi kedua pihak. Hubungan masyarakat ini adalah profesi yang bersifat profesional dalam bidang komunikasi serta memiliki tugas untuk mendukung tercapainya tujuan organisasi dengan cara yang tepat, terencana, dan berkelanjutan. Salah satu ahli dalam bidang hubungan masyarakat, yaitu Maria, menyatakan bahwa hubungan masyarakat merupakan faktor penentu keberlangsungan hidup

suatu organisasi atau perusahaan. Terdapat banyak ahli komunikasi, terutama dalam bidang hubungan masyarakat, dengan berbagai pandangan dan pemikiran tentang hal ini. Marston juga memberikan sudut pandang mengenai hubungan masyarakat sebagai sebuah perencanaan yang memanfaatkan komunikasi persuasif dengan maksud untuk mempengaruhi masyarakat (Hendrik, n.d.).

Drama korea Start-Up memiliki hubungan yang erat dengan bidang public relasi (PR) karena tema utama nya berkisar dengan startup, inovasi, dan pengelolaan citra perusahaan. dalam cerita ini, karakter-karakternya terlibat dalam berbagai aspek manajemen bisnis dan pemasaran, di mana relasi memainkan peran penting dalam membangun reputasi perusahaan dan hubungan dengan public serta investor. Hubungan Masyarakat adalah proses yang menjelaskan seluruh komunikasi yang dirancang, baik antara organisasi dan publiknya maupun sebaliknya, dengan tujuan mencapai sasaran tertentu yang berlandaskan pada saling pengertian (Frank Jefkins, 2018). Hubungan masyarakat juga bisa diartikan sebagai proses yang berlanjut dari usaha manajemen untuk memperoleh *goodwill* (niat baik) serta pengertian dari konsumen, pekerja, dan komunitas yang lebih luas (Kusanti dan Leilina, 2018). Frank Jefkins mendefinisikan hubungan masyarakat sebagai "Segala jenis komunikasi yang disusun, baik internal maupun eksternal, antara sebuah organisasi dan seluruh audiensnya, untuk meraih tujuan spesifik yang berlandaskan pemahaman timbal balik" (dalam Gassing dan Suryanto, 2016:9).

2.2.1.3. Tinjauan Teori Komunikasi

Dasar pemikiran yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah Teori Semiotika yang diperkenalkan oleh Roland Barthes. Teori Semiotika

merupakan sebuah disiplin atau pendekatan analisis yang diterapkan untuk mengkaji isyarat. Isyarat di sini merupakan sarana yang kita pakai dalam upaya memahami kehidupan di dunia ini, di antara manusia, serta dalam kebersamaan dengan mereka. Semiotika, yang juga disebut sebagai semiologi menurut Barthes, pada dasarnya berfokus pada penelitian mengenai cara manusia memberikan arti pada beragam hal. Dalam hal ini, memaknai berbeda dari sekadar mengomunikasikan.

Memaknai menunjukkan bahwa sebuah objek tidak hanya menyampaikan informasi untuk keperluan komunikasi, tetapi juga membangun sebuah sistem yang teratur dari tanda-tanda (Barthes, 1988:179) dalam Kurniawan (Sobur, 2023). Roland Barthes sering dirujuk di Indonesia mengenai pandangannya tentang semiotika, khususnya mengenai konsep pemaknaan konotatif atau istilah sistem semiotika tingkat kedua. "Semiotika" berasal dari istilah Yunani "semeion," yang diartikan sebagai "simbol." Kajian semiotika mengutamakan berbagai jenis simbol. Lambang-lambang ini memiliki makna representatif. Istilah "semiologi" sering digunakan disebut sebagai "semiotik". Sebuah disiplin disebut dengan istilah pertama, dan ilmu yang berkaitan dengannya disebut dengan istilah kedua (www.scribd.com, t.thn.)

Pada tahun 1956, Roland Barthes mempelajari buku *Cours de linguistique generale* yang memikirkan potensi penerapan semiotik dalam area yang berbeda. Kemudian, ia menentang pendapat *Saussure* bahwa semiologi adalah bagian dari linguistik karena simbol-simbol di sektor lain bisa dipandang sebagai bentuk

komunikasi, yang mengekspresikan pemikiran (yakni, memiliki makna). Dalam teori semiotika ini terdapat 3 dimensi yaitu Denotatif, Konotatif, dan Mitos.

Denotasi menurut Barthes adalah tingkat awal yang artinya bersifat terbatas. Tingkat denotasi menghasilkan makna yang jelas, langsung, dan tepat. Denotasi adalah makna yang sebenarnya, yang telah disetujui secara sosial, dan mengacu pada kenyataan.

Konotatif merupakan makna yang bersifat subjektif dan beragam. Menurut Barthes, konotasi sama dengan proses ideologi, yang ia sebut sebagai mitos, dan berfungsi untuk menampilkan serta memberikan alasan bagi nilai-nilai utama yang ada pada suatu waktu tertentu (Vera, 2014).

Mitos menurut pandangan Barthes berbeda dari pemahaman umum tentang mitos. Ia menjelaskan bahwa mitos adalah bahasa, sehingga dapat diartikan sebagai sistem untuk berkomunikasi dan juga sebagai suatu pesan. Dalam penjelasannya, Barthes menyatakan bahwa mitos dalam konteks ini merupakan hasil pengembangan dari konotasi. Konotasi yang telah ada dan tumbuh dalam masyarakat merupakan bentuk dari mitos. Barthes juga menambahkan bahwa mitos adalah sistem semiologis, yaitu rangkaian tanda yang diartikan oleh manusia (Hoed, 2008:59). Mitos dapat dianggap sebagai hasil dari kelas sosial yang telah mencapai sebuah dominasi. Mitos menurut Barthes tentu berbeda dari anggapan kita tentang mitos yang dianggap sebagai tahayul, tidak logis, atau tidak bersejarah, melainkan sebagai jenis ekspresi atau gaya bicara seseorang (Vera, 2014).

Denotasi dan konotasi merupakan sistem penandaan dasar dalam ilmu tanda menurut Barthes. Oleh karena itu, denotasi biasanya berhubungan dengan

keterbatasan arti. Barthes berupaya untuk menghapus makna harfiah yang membatasi ini. Menurutnya, segala sesuatu yang ada hanyalah representasi. Ia juga menyatakan bahwa teori signifikansi menganggap makna "harfiah" sebagai sesuatu yang alami.

Barthes juga merupakan salah satu tokoh terkemuka dalam bidang semiotika. Ia berpendapat bahwa semiotika adalah disiplin yang digunakan untuk menafsirkan suatu tanda, di mana bahasa terdiri dari serangkaian tanda yang mengandung makna tertentu dari masyarakat. Di sini, tanda dapat berupa lagu, percakapan, notasi musik, logo, gambar, ekspresi wajah, hingga gerakan tubuh. Ia mengemukakan model analisis tanda yang dibagi menjadi dua tahap, yang biasanya dikenal sebagai dua tingkat penandaan. Selanjutnya, ia membaginya menjadi denotasi dan konotasi (Fiska, n.d.).

Dalam arti tahap pertama, terdapat keterkaitan antara petanda dan penanda dalam bentuk yang jelas atau denotasi, yaitu arti dasar yang dipahami oleh mayoritas orang. Selanjutnya, pada tahap kedua dalam arti, ada konotasi yang menunjukkan hubungan saat tanda tersebut terhubung dengan perasaan atau emosi. Meskipun makna denotatif dan konotatif tersebut berbeda, sering kali orang tidak menyadari perbedaannya, sehingga diperlukan analisis semiotika untuk mengkajinya (Fiska, n.d.).

2.2.2. Kerangka Konseptual

2.2.2.1 Makna Motivasi

Sesungguhnya, salah satu masalah tertua dalam filsafat manusia adalah upaya untuk memahami makna. Berbagai bidang ilmu seperti komunikasi, psikologi, sosiologi, antropologi, serta linguistik semuanya telah tertarik pada

konsep makna. Oleh karena itu, Para ahli komunikasi kerap menggunakan istilah "pemahaman" saat orang tersebut membahas pengertian dari komunikasi. Para pakar adalah Steart L. Tubbs dan Slvia Moss (1994:6), komunikasi merupakan langkah di mana sekelompok individu berinteraksi untuk membangun pemahaman atau makna dari topik yang mereka diskusikan. Di sisi lain, menurut Judy C. Pearson serta Paul E. Nelson (1979:3), komunikasi adalah cara kita untuk saling memahami dan berbagi arti pesan yang disampaikan.

Para pakar menyetujui bahwa Kata 'makna' sering membingungkan karena bisa digunakan dalam berbagai cara atau konteks yang berbeda. Dalam karya mereka yang berjudul Makna dari Makna, Ogden dan Richards (1972:186-187) mendapatkan lebih dari dua puluh dua definisi makna. Makna dianggap disebut sebagai istilah karena bentuk ini menyampaikan gagasan yang khusus dalam bidang tertentu, yaitu linguistik (Pateda, 2001:79). Umberto Eco (Budiman, 1999:7) menyatakan bahwa makna dari wahana tanda (sign-vehicle) merupakan entitas budaya yang diwakili oleh wahana tanda yang lain dan, dengan demikian, secara semantik menunjukkan bahwa itu tidak bergantung pada wahana tanda yang ada sebelumnya (Sobur, 2023).

Berdasarkan pendapat Brown, arti adalah kecenderungan keseluruhan untuk memakai atau bereaksi terhadap jenis bahasa tertentu. Setiap suatu kata atau kalimat terdiri dari beberapa bagian penyusun yang membentuk maknanya. Menurut Brown (Mulyana, 2000:256), "Seseorang bisa saja menghabiskan tahun-tahun yang bermanfaat untuk memahami arti dari sebuah kalimat saja dan pada akhirnya tetap tidak menyelesaikan pekerjaan tersebut"(Sobur, 2023).

Selain itu, motivasi dapat didefinisikan Sebagai penanda perbedaan antara satu kemampuan dengan yang lain untuk melakukan sesuatu serta kemampuan agar bisa mengerjakan sesuatu. Motivasi biasanya timbul karena ada keinginan untuk mencapai sesuatu sehingga bisa melakukan hal-hal yang diperlukan guna mencapai apa yang diinginkan. Dorongan adalah energi dari dalam dan luar yang memacu individu untuk meraih sasaran tertentu atau bisa juga dikatakan bahwa motivasi dapat didefinisikan sebagai dukungan psikologis terhadap seseorang atau orang lain yang hidup bersama dalam lingkungan sosial. Selain itu, motivasi dapat diartikan sebagai langkah untuk berupaya memengaruhi individu yang dipimpin agar melaksanakan tugas yang diharapkan sesuai dengan sasaran tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya (Uno et al ., 2006).

Adapun gagasan mengenai motivasi yang berhubungan dengan perilaku individu dapat dibagi menjadi beberapa kategori: (1) seseorang merasakan kebahagiaan terhadap hal tertentu dan jika mereka mampu menjaga perasaan bahagia itu, mereka akan termotivasi untuk menjalani aktivitas tersebut, dan (2) jika seseorang merasa percaya diri untuk mengatasi suatu tantangan, mereka umumnya termotivasi supaya bisa mengambil bagian dalam aktivitas itu.

Dengan demikian, atkinson menjelaskan bahwa motivasi, kesempatan, dan insentif menjadi penentu utama keberhasilan, sementara kegagalan biasanya dipengaruhi oleh keadaan emosional individu (Uno et al ., 2006).

2.2.2.2 Drama korea start – up

Drama Korea Selatan (Korsel), juga dikenal sebagai drakor, selalu menarik untuk dipelajari, terutama untuk mengetahui bagaimana suatu budaya menyebar ke

negara lain. Salah satu komoditas ekspor budaya terbesar Korea Selatan yaitu drakor, yang memiliki cerita yang kuat, karakter yang kompleks, dan produksi berkualitas tinggi. Banyak penggemar dalam dan luar negeri mengunjungi lokasi syuting, yang meningkatkan pariwisata Korsel. Selain itu, industri drakor yang semakin berkembang dapat berfungsi sebagai representasi budaya Korea Selatan di mata dunia (Gewati et al., 2023).

Salah satu film terbaik tahun 2020 adalah *Start Up*. Selain itu, drama Korea ini menampilkan peran menawan dari artis Korea yang terkenal hingga mendapatkan rating yang tinggi. Alur cerita di drama Korea *Start-Up* tergambar secara berbeda dari drakor biasa karena sinopsisnya tidak hanya tentang romansa tetapi juga menginspirasi dan motivasi. Pasalnya, ada cerita tentang perjuangan yang dialami seseorang untuk mencapai kesuksesan (kapanlagi.com, 2023).

Drama Korea *Start-Up* menceritakan kisah sekelompok pemuda yaitu Bae Suzy, Nam Joo-hyuk, Kim Seon-ho, dan Kang Han-na yang berjuang dengan masalah hidup yang mereka hadapi masing-masing. Kemudian, Bae Suzy memainkan karakter Seol Da-mi, seorang remaja yang harus menghentikan pendidikan dan menjalani berbagai jenis pekerjaan, seperti pengajar, pelayan kopi, pengantar, staf call center, teknisi mobil, operator mesin berat, asisten di salon kuku, penggagas kampanye, dan pelatih kebugaran. Di sisi lain, Nam Do-san adalah pelajar termuda yang telah meraih kemenangan dalam olimpiade matematika. Karena gagal menemukan kerja setelah menyelesaikan studi dan mengabaikan investasi keluarganya dalam usaha yang dia buat, Nam Do-san kini menjadi panutan dalam keluarga.

Hingga pada suatu saat, ia berjumpa dengan seorang investor muda bernama Han Ji-pyeong (Kim Seon-ho), yang dikenal sebagai representasi kekayaan serta kemakmuran. Do-san mulai merancang ulang hidupnya sebagai seorang entrepreneur bersama Ji-pyeong. Selain itu, Won In-jae, yang berperan sebagai Kang Han-na, adalah seorang pengusaha yang tenang dan sempurna yang bertemu dengan para pengusaha muda ini. In-jae tidak berasal dari keluarga kaya. Agar bisa menjaga posisi yang dimilikinya saat ini, dia perlu berusaha tiga kali lipat lebih keras dibandingkan dengan orang lain (CNN Indonesia, 2020).