BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ilmu pengetahuan dalam berbagai bidang, serta interaksi dalam kehidupan sehari-hari, menuntut adanya kegiatan komunikasi sehari-hari, menuntut adanya komunikasi. Komunikasi sangat penting bagi kehidupan manusia. Komunikasi sekarang merupakan komponen penting dari keberadaan manusia. Dikatakan berhasil apabila proses komunikasi bisa dimengerti dan tau unsur-unsur komunikasi yang terkandung didalamnya. Unsur-unsur yang dimaksud yaitu sumber, pesan, saluran, dan audience. [1]

Komunikasi bisa dikatakan efektif jika penerima komunikasi menerima makna yang sama dari pesan, maka komunikasi berhasil. Oleh karena itu, komunikasi terjadi ketika pesan yang dikirim oleh komunikator dapat diterima komunikan dan memiliki kesamaan makna. Komunikasi yang berlangsung dalam suasana yang tidak komunikatif seperti pidato, ceramah, dan khotbah, terjadi jika ada kesamaan makna baik secara tertulis maupun lisan. Saat berkomunikasi dengan orang lain, komunikator biasanya mempertimbangkan efek teknik komunikasi yang diperlukan untuk mencapai tujuan mereka. Hasil yang diinginkan tidak akan tercapai secara maksimal jika teknik komunikasi yang tepat tidak dipertimbangkan dan dipilih. Dalam arti kata, proses

[1] Afiati, Aen Istianah, 2015. Komunikasi Persuasif Dalam Pembentuan Sikap " Study Deskriptif Kualitatif Pada Pelatih militer Tamtama TNI AD Di Sekolah Calon Tamtama Rindam IV Di Ponorogo Kebumen". Yogyakarta

komunikasi yang dilakukan tidak berhasil karena tidak ada yang mengerti apa yang dikomunikasikan.[2]

Komunikasi yang baik perlu dimiliki dalam penyampaian pesan karena sangat penting perannya. Dalam proses komunikasi yang baik diperlukan adanya penerapan yang bersifat persuasif, juga dikenal sebagai proses mempengaruhi sikap, pendapat, dan tindakan orang melalui manipulasi psikologis sehingga individu berperilaku seperti yang diinginkan .Ini merupakan jenis komunikasi persuasif, dimana bertujuan untuk mengubah keyakinan, sikap, dan tindakan penerima dari komunikator. Komunikasi ini akan menimbulkan efek yang membuat penerima melakukannya sesuai dengan permintaan yang dilakukan oleh komunikator.[3]

Komunikasi memainkan peran penting dan berpengaruh dalam komunikasi persuasif. Sehingga memilki nilai kinerja yang tinggi dapat dicirikan dari kesiapan, ketulusan, kesungguhan, keramahan, ketenangan, dan mudah diajak komunikasi. Penerima pesan juga dapat dipengaruhi oleh kepribadian komunikator serta persepsi dan pengalaman juga memberkan pengaruh. Adanya proses komunikasi dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti menggunakan drama korea yang merupakan salah satu jenis film. Berbagai jenis film salah satunya drama korea bermunculan di masa sekarang ini. Dengan kata lain, komunikator harus mampu meyadap kerangka refensi dan lingkup pengamalan sasarannya. Drama korea yang merupakan salah satu

[2] Effendy, Onong Uchjana. 2007. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

[3] Illaihi, Wahyu. 2010. Komunikasi Dakwah. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.

jenis film yang terus bermunculan menjadikannya penyampaian pesan semakin canggih dengan menggunakan sebuah drama korea.

Drama Korea bisa diminati masyarakat Indonesia karena alur ceritanya yang tidak bertele-tele. Menonton drama Korea ini memiliki dampak ketergantungan yang berbeda. Ada yang terlalu terbawa suasana dalam menonton drama yang sedang tayang, sehingga dia seolah-olah merasakan apa yang dirasakan oleh tokoh dalam drama tersebut. Dampak emosional ini biasanya muncul ketika sedang serius dalam menonton drama Korea yang berkisah tentang kehidupan sehari-hari. Selain dampak emosional, drama Korea juga memiliki dampak behavioral yang mana dampak tersebut bisa mengubah perilaku seseorang setelah menonton drama Korea.[4]Fenomena ini menunjukkan betapa pentingnya memahami dampak dari media yang kita konsumsi, serta memilih tontonan yang tidak hanya menghibur tetapi juga memberi pengaruh positif dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan paparan fenomena di atas, sejumlah riset yang cukup memuat dalam menjelaskan bahwa drama Korea cukup menjadi perhatian besar bagi sebagian masyarakat Indonesia. Dari data survei yang dilakukan, sebanyak 49,72% masyarakat Indonesia memilih untuk menonton drama Korea, sedangkan presentasi untuk penonton serial Indonesia hanya mencapai 2,84%. Hal ini didukung dan diperjelas melalui data sebanyak 80,61% penggemar drama Korea yang cenderung menyukai drama Korea karena alur cerita yang

[4]Amriana, Misbahul Munir, & M. Athoiful Fanan, 2022, 'Dampak Drama Korea Start-Up Terhadap Kondisi Psikologis Mahasiswa Prodi Bimbingan dan Konseling Islam UIN Sunan Ampel Selama Pandemi', *Al-Tazkiah*: *Jurnal Bimbingan dan Konseling Islam*, vol. 11, no. 1, hh1-11. Hal. 3

menarik dan arah cerita yang langsung menuju pada inti (to the point). Faktor lain yang menjadi pemengaruh adalah aspek penampilan fisik dari pemain drama dan kemampuan *acting* (31,56%), serta mengenai jumlah episode yang tidak terlalu panjang (13,31%) (Purnamasari, 2017; Pratiwi, 2020)[5]. Ini mencerminkan preferensi yang kuat terhadap konten yang efisien dan berkualitas tinggi. Drama Korea berhasil memenuhi ekspektasi penonton dengan cerita yang padat, penampilan aktor yang menarik, dan episode yang tidak berlarut-larut. Ini menunjukkan bahwa produksi konten lokal perlu mempertimbangkan aspek-aspek tersebut untuk bersaing dan menarik perhatian penonton yang lebih luas.

Dalam drama Korea, kisah-kisah kehidupan manusia disajikan dengan bahasa Korea sebagai bahasa pengantarnya. Saat ini, drama Korea mulai dipertontonkan dalam bentuk film dan dapat dinikmati di layar televisi. Ekspor drama dan film Korea ke luar negeri telah membuat drama Korea dikenal luas di seluruh dunia. Drama Korea, yang merupakan jenis film, bisa dinikmati sebagai sarana hiburan, juga sebagai sarana edukasi dan memberikan pesan-pesan moral.

Salah satu drama Korea yang banyak dibicarakan oleh masyarakat Indonesia adalah drama Korea berjudul Start-up. Bagi para penggemar K-Drama, nama aktor terkenal Kim Seon Ho pasti sudah tidak asing lagi. Meskipun mungkin tidak mengenali namanya, pasti banyak yang mengenali wajah tampannya serta kemampuan aktingnya dalam drama populer Start-Up.

[5]Kurniawati, Susi & Rhesa Zuhriya Briyan Pratiwi, 2021, 'Drama Korea dan Imititasi Gaya Hidup: Studi Korealasi Pada Mahasiswa KPI IAIN Surakarta', *Academic Journal Of Da'wa and Communication*, vol.2, no. 2, hh. 242-270. Hal 245

Dapat dikatakan bahwa K-Drama ini masih banyak ditonton hingga saat ini. Apakah Grameds masih ingat betapa populernya K-Drama ini, di mana setiap minggunya selalu ada perbincangan mengenai episode yang sedang tayang hingga menjadi topik trending nomor satu di Twitter. Bahkan, terdapat sebuah restoran di Indonesia yang viral karena memposting “Team Han Ji Pyeong” dan “Team Nam Do San” sebagai bentuk 'perang' antara dua karakter dalam drama tersebut.[6]

Drama Korea *Start-Up* merupakan drama Korea yang tidak hanya menawarkan plot cerita yang menarik, tetapi juga mengisahkan perjalanan orang-orang yang bekerja di balik perusahaan rintisan. Banyak pelajaran hidup berharga yang dapat dipetik dari drama ini.

Makna dan pelajaran berharga dari drama Korea Start-Up adalah berani mengambil risiko untuk sukses. Seo Dal-Mi, salah satu karakter dalam drama ini, berkata, "Aku mau ke lantai 32. Tapi dengan lift ini, aku tak akan bisa ke sana sampai kapan pun." Dal-Mi ingin memiliki karir yang sukses, tetapi kantor tempat dirinya bekerja tidak memberikan kesempatan untuk berkembang.

Drama ini juga mengajarkan bahwa gelar bukanlah segalanya. Nam Do-San berkata, "Lalu kenapa kalau dia hanya lulusan SMA?" Seo Dal-Mi adalah lulusan SMA dan tidak berkuliah karena masalah keuangan keluarga yang tidak memungkinkan. Namun, berkat kerja keras dan ketekunan, Dal-Mi berhasil meraih posisi *CEO* dalam pelatihan *SandBox*.

[6]Arum, R 2023, Profil Kim Seon Ho, Sosok Han Ji Pyeong di Dunia Nyata, Gramedia Blog, dilihat pada 24 Juni 2024, https://www.gramedia.com/best-seller/kim-seon-ho/.

Kejujuran juga menjadi nilai penting dalam drama ini. Choi Won-Deuk berkata, "Bagaimana bisa sebuah kebohongan disebut baik? Hal itu pasti melukai seseorang." Seo Dal-Mi jatuh cinta pada Do-San karena ia merupakan cinta pertamanya yang mengirimkan surat belasan tahun lalu. Namun, surat tersebut sebenarnya ditulis oleh Han Ji-Pyeong atas ide dari nenek Dal-Mi untuk menjaga harga dirinya dan membuatnya bahagia. Kebohongan demi kebohongan harus dilakukan Ji-Pyeong dan Do-san, membuat keduanya terjebak dalam lingkaran setan agar rahasia ini tidak terbongkar dan membuat Dal-Mi kecewa.

Meraih impian juga memerlukan tekad dan usaha yang kuat. Yoon Sun-Hak berkata, "Makin sukses sebuah bisnis, *CEO* akan semakin kesulitan." Setiap karakter dalam *StartUp* memiliki sikap yang patut dicontoh, terutama Han Ji-Pyeong. Meskipun hidup kesusahan di masa remaja karena tidak memiliki orang tua, ia tetap berhasil meraih mimpinya karena memiliki tekad dan usaha yang kuat.

Tidak menyesali keputusan juga menjadi pelajaran penting dari drama ini. Seo Dal-Mi, yang sejak kecil berani mengambil keputusan, memilih tinggal dengan ayahnya yang hidup sederhana saat orang tuanya bercerai, sementara kakaknya tinggal dengan ibunya yang sudah menikah kembali dengan ayah tirinya yang kaya. Meskipun ada momen di mana Dal-Mi bertanya-tanya

tentang keputusannya dulu, ia tidak larut dalam menyesali keputusannya dan memilih bangkit dengan mengikuti event Sandbox.[7]

Drama Korea start-up yang merupakan film tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk merefleksikan realitas, tetapi juga berperan dalam membentuk realitas itu sendiri. Sebagai alat komunikasi, film memiliki kemampuan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Dalam konteks ini, film mampu memuat pesan yang serupa secara bersamaan dan ditujukan kepada berbagai kelompok, termasuk berdasarkan agama, status sosial, usia, dan lokasi tempat tinggal[8].

Subjek penelitian ini yang merupakan salah satu dari jenis komunikasi massa, Terdapat beberapa fungsi komunikasi massa, salah satunya adalah fungsi persuasi. Dalam konteks ini, komunikator memiliki tujuan tertentu dalam setiap penyampaian pesan yang dilakukan. Tujuan tersebut berfungsi sebagai panduan bagi komunikator dalam merancang isi pesan, termasuk dalam pemilihan aktor yang akan memerankan karakter yang membawa misi persuasi. Hal ini juga terlihat dalam cara produser iklan memilih artis yang memiliki pengaruh signifikan terhadap masyarakat, sehingga dapat menarik minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Kepopuleran tokoh atau artis dalam sinetron, iklan, dan acara lainnya sangat memengaruhi efektivitas persuasi yang terdapat dalam setiap tayangan.

---

[7] Shafa, N, 12 Makna dan Pelajaran Hidup dari Drama Korea 'StartUp', Sudah Nonton?, theAsianParent, dilihat 24 Juni 2024, https://id.theasianparent.com/pelajaran-berharga-drama-korea-start-up.

[8]Salamanang Ayu Putri Maria, Rosalia Prismarini Nurdianti, 2023, 'Representasi Toxic Relationship Dalam Drama (Studi Analisis Isi Krippedorff Pada Drama Korea Nevertheless)',*Jurnal Kaganga*, vol. 7, no.2, hlm. 178-187. Hal 181.

Kekuatan teknik persuasi dalam media komunikasi massa berasal dari pola komunikasi yang efektif, di mana komunikan dapat mendistribusikan dan menerima informasi dalam skala besar. Dengan demikian, proses komunikasi massa mampu menyebarkan informasi kepada masyarakat secara luas dan mencapai target yang diinginkan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis ingin menggali lebih dalam mengenai bagaimana teknik komunikasi persuasif yang digunakan dalam menyampaikan pesan moralmelalui drama Korea *'Start-Up'*.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana teknik komunikasi persuasif pada drama Korea *start-up* dalam penyampaian pesanmoral?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang sudah dipaparkan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana teknik komunikasi persuasif dalam menyampaikan pesan moralpada drama Korea *start-up*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 **Manfaat Akademis**

Tugas akhir ini diinginkan merupakan, memberikan referensi sumber dan bacaan bagi mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta serta memberikan wawasan tentang teknik komunikasi persuasif dalam penyampaian pesan moral pada produk komunikasi massa, yang pada penelitian ini merupakan drama Korea *start-up*.

1.4.2 **Manfaat Praktis**

Tugas akhir ini diinginkan menghadirkan referensi kepada individu atau kelompok yang memiliki keterkaitan tentang pesan moral dalam melakukannya perlu memperhatikan adanya teknik komunikasi persuasif yang sesuai dengan pesan yang hendak disampaikan.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 **Paradigma Penelitian**

Penelitian ini memanfaatkan paradigm *interpretif konstruktivisme*, pendekatan yang biasanya dilihat pada penelitian jenis kualitatif. Menurut Rasyid konstruksi sosial berpendapat bahwa individu berusaha memahami dunia tempat mereka hidup dan bekerja. Mereka membentuk makna subjektif dari pengalaman mereka, makna yang ditujukan pada objek atau hal tertentu. Makna ini bervariasi dan beragam, yang mendorong peneliti untuk mengeksplorasi kompleksitas pandangan daripada membatasi makna dalam beberapa kategori. Dalam konteks penelitian ini, paradigma konstruktivisme menekankan pentingnya konteks dalam memahami fenomena.[9]Dalam kasus penelitian ini memahami konteks naratif dari drama Korea *'Start-Up'* sangat krusial dalam penelitian ini untuk mengidentifikasi teknik komunikasi persuasif yang digunakan dalam menyampaikan pesan moral.

1.5.2 **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif yang

[9]Rasyid, F 2022, *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif Teori, Metode, dan Praktek*, IAIN Kediri Press, Kediri. Hal 6-7

merupakan penelitian yang bertujuan untuk menggali makna dan pengalaman yang terkait dengan suatu fenomena. Penelitian ini mencoba untuk menjawab pertanyaan tentang bagaimana sesuatu dipahami oleh orang-orang yang terlibat dalam fenomena tersebut. Penelitian kualitatif menggunakan metode penggumpulan data seperti wawancara, observasi, dan analisis dokumen untuk mendapatkan informasi yang diperlukan[10]. Peneliti ini mengadopsi penelitian kualitatif deskriptifyang mana bertujuan untuk menggambarkan sesuatu secara rinci. Penelitian ini dapat digunakan untuk menggambarkan profil sosio-demografis repsondern, menggambarkan pola hubungan antara variabel-variabel tertenu, atau menggambarkan karateristik suatu fenomena.[11]

Penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif karena peneliti mencari hasil dari tujuan penelitian tanpa menggunakan data-data numerik dan lebih mentitikberatkan pada pencarian data lewat observasi sumber data secara mendalam yang kemudian memberikan hasil mengenai teknik komunikasi persuasif dalam menyampaikan pesan moral pada drama Korea *start up*.

1.5.3 **Subjek objek dan objek penelitian**

Subjek objek dalam konteks ini adalah karakter dalam drama Korea *start-up*. Sedangkan objek penelitian penelitian ini adalah teknik

[10]Widodo, S.,dkk, 2023, *Buku Ajar Metode Penelitian,*CV. Science Techno Direct, Pangkalpinang. Hal 45
[11]Ibid. Hal 40

komunikasi persuasif yang digunakan dalam drama Korea *start-up* untuk menyampaikan pesanmoral.

1.6 Jenis Data

1.6.1 **Data Primer**

Data primer adalah sumber utama data penelitian yang diperoleh secara langsung dari asalnya (tanpa perantara). Data ini bisa berupa hasil pengamatan terhadap subjek. Ada dua metode dalam pengumpulan data primer yang dapat digunakan. Metode observasi melibatkan pencatatan pola perilaku subjek, objek, dan kejadian-kejadian secara sistematik tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu yang diteliti.[12]Sejalan dengan penjelasan di atas, peneliti menggunakan data primer dengan melakukan observasi terhadap beberapa adegan dalam drama Korea *Start-Up*, yang menunjukkan bagaimana karakter dalam drama tersebut menggunakan teknik komunikasi persuasif dalam menyampaikan pesan moral.

1.6.2 **Data Sekunder**

Data sekunder umumnya dirancang untuk memenuhi kebutuhan penelitian tertentu. Terdapat dua jenis data sekunder, salah satunya adalah data sekunder eksternal. Data ini biasanya disusun oleh pihak selain peneliti dari organisasi terkait. Jenis data ini meliputi buku, jurnal, berbagai publikasi berkala yang diterbitkan oleh organisasi atau lembaga tertentu, publikasi yang diterbitkan oleh lembaga pemerintah,

[12]Sangadji, Etta, M, Sopiah 2010, M*etode Penelitian – Pendekatan Praktis dalam Penelitian*, CV. Andi Offset, Yogyakarta.Hal 171-172

dan materi yang dirilis oleh media massa atau perusahaan[13]. Peneliti menggunakan data ini untuk mencari referensi tentang topik penelitian.

1.7 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan instrumen data bertujuan untuk mendapatkan informasi dari lapangan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua jenis instrumen yang berbeda untuk mengumpulkan data dengan cara yang efektif

1.7.1 **Observasi**

Observasi adalah metode dasar dalam pengumpulan data untuk berbagai jenis penelitian, termasuk penelitian kualitatif, dan digunakan untuk memperoleh informasi atau data yang relevan dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian kualitatif, terdapat beberapa jenis observasi. Nonpartisipasi adalah salah satu teknik pengumpulan data melalui observasi. Non Partisipasi merujuk pada aktivitas pengamat yang dapat mengumpulkan data tanpa terlibat langsung dalam situasi di mana peristiwa terjadi, melainkan dengan menggunakan media tertentu (misalnya, elektronik).[14]

Peneliti melakukan studi observasi dengan mengamati secara langsung drama Korea *Start-Up*, dengan berperan sebagai penonton atau pengamat untuk menyelidiki scene-scene yang menjadi fokus penelitian.

---

[13]Ibid. Hal 173

[14]Ahmadi, R 2016, *Metodologi Penelitian Kualitatif cetakan 3,* Ar-Ruzz Media, Yogyakarta. Hal 161-169

1.7.2 **Dokumen**

Dokumen berperan sebagai sumber data yang digunakan untuk melengkapi penelitian, mencakup materi tertulis, film, gambar (foto), dan karya-karya penting lainnya, yang semuanya memberikan informasi untuk proses penelitian.[15]Penelitian ini melibatkan pengumpulan data dari dokumen-dokumen yang berkaitan langsung dengan topik yang sedang diteliti

1.8 Teknik Analisis Data

Dalam hal ini penulis mengadopsi analisis data menurut Miles dan Huberman, yang terdiri dari sebagai berikut ini:

1.8.1 **Reduksi Data**

Reduksi data dapat dipahami secara sempit sebagai proses pengurangan data, tetapi dalam konteks yang lebih luas, ia mencakup proses penyempurnaan data. Ini melibatkan pengurangan data yang dianggap tidak perlu dan tidak relevan, serta penambahan data yang dirasa masih kurang. Setelah data terkumpul, peneliti umumnya akan memilih data yang relevan dan signifikan, dengan fokus pada data yang dapat membantu memecahkan masalah, menemukan wawasan, memberikan makna, atau menjawab pertanyaan penelitian. Selanjutnya, peneliti akan menyederhanakan dan menyusun data secara sistematis, serta menjelaskan poin-poin penting terkait hasil temuan dan maknanya.. Dalam penelitian

[15] Murdiyanto, E 2020, *Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai contoh proposal) cetakan 1,* Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN "Veteran" Yogyakarta Press, Yogyakarta. Hal 63

ini, drama korea start-up yang dijadikan sebagai objek penelitian akan dipilih berdasarkan adegan. Selanjutnya adegan yang dipilih diseleksi kembali untuk menentukan bagian adegan yang dianggap dapat menunjukan fokus penelitian pada penelitian ini.

1.8.2 **Penyajian Data**

Alur penting kedua dalam analisis data penelitian kualitatif adalah penyajian data. Proses penyajian data melibatkan pengumpulan informasi yang diorganisir berdasarkan kategori atau pengelompokan yang relevan. Penyajian data dapat dilakukan dalam berbagai format, termasuk teks, gambar, grafik, dan tabel. Tujuan dari penyajian data adalah untuk mengintegrasikan informasi sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai situasi yang diteliti. Dalam konteks ini, untuk memudahkan peneliti dalam memahami informasi, baik secara keseluruhan maupun pada bagian-bagian tertentu dari hasil penelitian, peneliti perlu menyusun narasi, matriks, atau grafik yang dapat membantu dalam penguasaan data tersebut.

1.8.3 **Penarikan Kesimpulan**

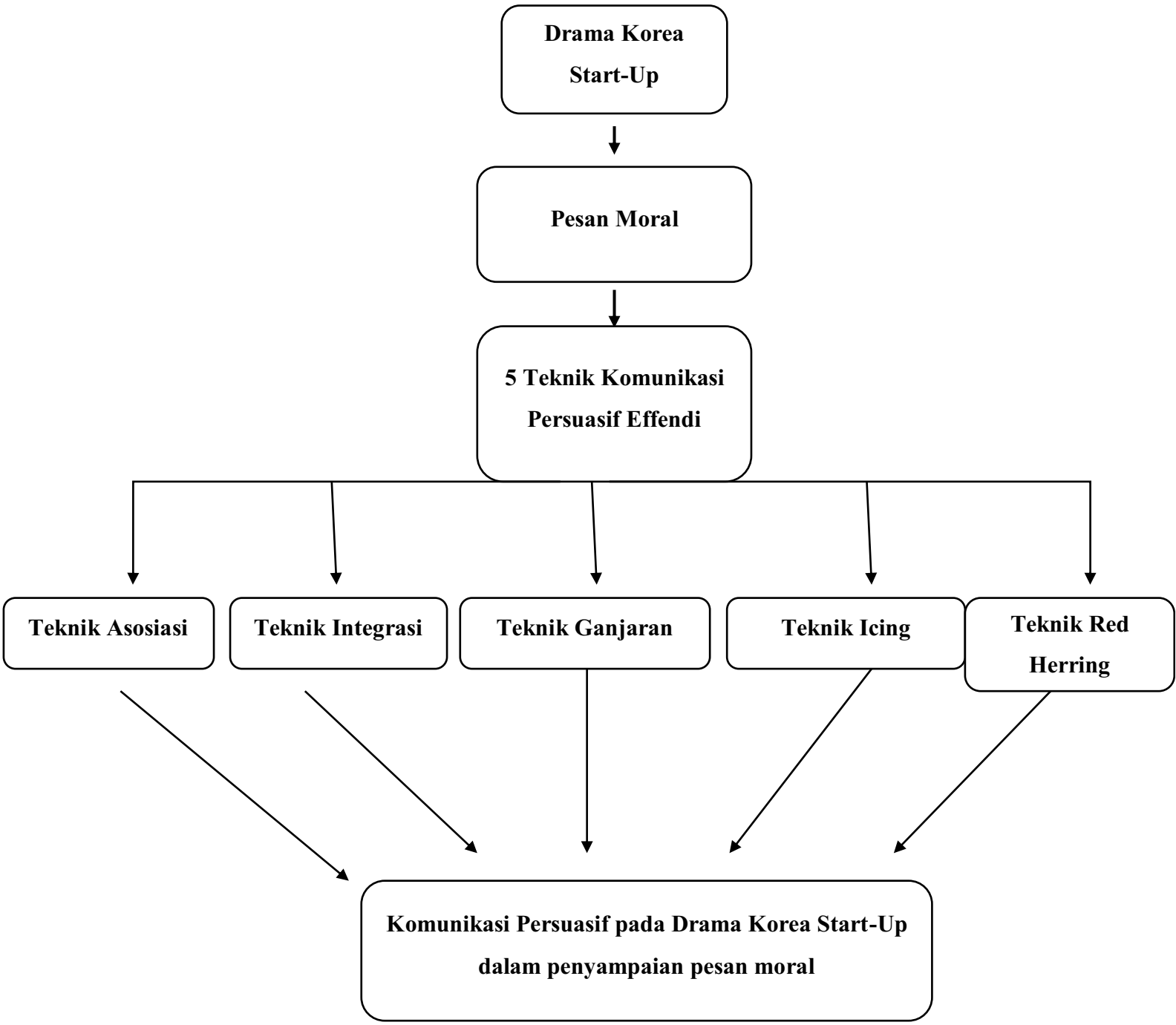
Proses penarikan kesimpulan adalah langkah penting dalam merumuskan makna dari hasil penelitian, yang disampaikan dalam kalimat yang ringkas dan mudah dipahami. Proses ini melibatkan peninjauan berulang terhadap kebenaran kesimpulan, terutama dalam hal relevansi dan konsistensinya dengan judul, tujuan, dan rumusan masalah yang telah ditetapkan. Penarikan kesimpulan berlangsung sepanjang penelitian, mirip

dengan proses reduksi data. Setelah data terkumpul secara memadai, kesimpulan sementara dapat diambil, dan setelah data lengkap, kesimpulan akhir akan ditentukan.[16]

[16]Saleh, S 2017, *Analisis Data Kualitatif*, Pustaka Ramadhan, Bandung. Hal 116-119

1.9 Kerangka konsep, Definisi Konsep, dan Operasional Konsep

1.9.1 **Kerangka Konsep**



Bagan 1.1 Kerangka Konsep

Penelitian

Sumber: Olahan Penulis

1.9.2 **Definisi Konsep**

Untuk menilai sebuah konsep dalam penelitian, peneliti perlu memahami artinya. Untuk mendefinisikan konsep secara tepat, peneliti dapat memanfaatkan pendekatan ini dengan menganalisis dan membandingkan setiap definisi yang telah ada, lalu mengaitkan definisi-definisi tersebut dengan tujuan penelitian yang ilmiah.[17] Penulis mendefinisikan konsep sesuai dengan tujuan penelitian ilmiah, sehingga ditemukan beberapa definisi konsep, sebagai berikut:

A. Komunikasi persuasif

Komunikasi persuasif merupakan komunikasi yang bertujuan untuk mengubah atau mempengaruhi keyakinan, sika, dan perilaku seseorang sehingga bertindak sesuai dengan harapan komunikator[18] Dalam komunikasi persuasif terdapat teknik komunikasi persuasif. Dalam penelitian ini menggunakan teknik komunikasi persuasif oleh effendy, terdiri dari lima teknik: teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik ganjaran, teknik icing, dan teknik red herring. Pada drama korea start-u ini, peneliti menggunakan teknik komunikasi persuasif sebagai cara seseorang dalam menyampaikan pesan dapat dimengerti oleh orang lain, dengan begitu komunikasi telah memberi kita pengetahuan terkait proses berkomunikasi yang baik dan benar dari pengiriman pesan.

---

[17]Sumanto 2014, *Teori dan Aplikasi Metode Penelitian (Psikologi, Pendidikan, Ekonomi Bisnis, dan Sosial*, CAPS (Center of Academic of Publishing Service), Yogyakarta.Hal 47

[18]Rahmasari, Andini, Gushevinalti, & Dionni Ditya Perdana, 2023, 'Komunikasi Persuasif Selegram dalam Endorsement Product Kecantikan (Studi pada akun instagram selebgra @alinxcaa)*',Jurnal KAGANGA,*vol. 7, no. 2, hh.203-213. Hal. 205

B. Drama Korea

Drama Korea adalah karya fiksi yang dibuat oleh produser Korea dan ditayangkan di televisi Korea, menggambarkan kehidupan sehari-hari orang Korea. Drama Korea ini mengikuti format serial, biasanya terdiri dari 16 hingga 32 episode[19]. Di era sekarang ini drama korea bukan hanya ditayangkan di televisi Korea saja akan tetapi banyak pihak luar yang menjadi distributor untuk menyebarkan drama Korea ke negara luar. Sekarang pun cerita dalam drama Korea bervariasi bukan hanya berupa karya fiksi akan tetapi juga mengadopsi novel dan *documenter*.

C. Pesan moral

Pesan moral merupakan ajakan untuk melakukan perbuatan yang bersifat kebaikan. Pesan juga dapat menjadi tolak ukur seseorang sebagai alat untuk instospeksi diri setelah membaca suatu karya sastra baik moderen maupun karya sastra tradisional.[20]Pesan moral dapat bervariasi tergantung pada interpretasi individu. Setiap pembaca membawa pengalaman dan pandangan dunia mereka sendiri, yang memungkinkan mereka menemukan makna yang berbeda dari pesan yang sama. Hal ini menunjukkan bahwa karya

[19] Pardede, Inggrit Febriani, Elok Perwirawati, dan Shabrina Harumi Pinem, 2021, 'Analisis Semiotika Pesan Moral Dalam Drama Korea "Itaewon Class', *Social Opinion:Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 6, no. 2, hh. 153-159. Hal 154

[20]Akbar Aidil Muhammad, Badiah, Safriandi, 2021, 'Analasis Pesan Moral dalam Legenda Mon Scuribee di Gempong Parang IX, Kecamatan Matakul, Kabubaten Aceh Utara', *Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra Budaya*, vol.2, no. 11, hlm. 139-149. Hal 140.

sastra bukan hanya sarana komunikasi, tetapi juga merupakan medium untuk refleksi dan pemahaman diri yang lebih mendalam.

1.9.3 **Operasionalisasi Konsep**

Dalam penelitian, operasionalisasi konsep merupakan langkah yang sangat penting. Proses ini sering disebut sebagai "operasionalisasi variabel" atau "definisi istilah". Dalam penelitian sosial, di mana konsep bersifat abstrak dan tidak dapat diukur atau diamati secara langsung, peneliti perlu menjelaskan konsep-konsep ini. Ini memastikan bahwa peneliti mengetahui jenis data yang perlu dikumpulkan dan bahwa orang lain dapat memahami konsep yang digunakan dalam penelitian tersebut.[21]

A. Komunikasi persuasif

Diartikan sebagai upaya meyakinkan audiens agar menerima suatu paham atau keyakinan, yang memiliki dampak lebih besar daripada komunikasi informatif karena mencakup efek kognitif, afektif, dan perilaku. Dalam penelitian ini komunikasi persuasif merujuk pada teknik komunikasi persuasif menurut Effendy, terdapat lima teknik yakni

1. Teknik Asosiasi

Definisi: Mengaitkan sebuah pesan dengan objek atau peristiwa yang menarik.

Indikator: Mengidentifikasi adegan yang menghubungkan

[21]Adi, R 2004, *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum edisi 1*, Granit, Jakarta. Hal 137-138

karakter dengan nilai-nilai moral.

Contoh: Menganalisis momen di mana karakter utama menunjukkan dedikasi dalam mencapai impian mereka, yang menciptakan asosiasi positif dengan nilai-nilai moral.

2. Teknik Integrasi

Definisi: Membangun hubungan emosional antara komunikator dan komunikan.

Indikator: Penggunaan kata-kata inklusif seperti “kita” untuk menciptakan rasa solidaritas.

Contoh: Memeriksa dialog yang menunjukkan empati antar karakter.

3. Teknik Ganjaran

Definisi: Mendorong dengan iming-iming manfaat atau harapan.

Indikator: Munculnya karakter yang mendapatkan hasil positif dari tindakan baik.

Contoh: Mengidentifikasi adegan di mana karakter menerima penghargaan atas usaha mereka, misalnya, kesuksesan bisnis sebagai hasil dari kerja keras dan etika.

4. Teknik Tataan (icing)

Definisi: Menyusun pesan komunikasi dengan cara yang menarik secara emosional.

Indikator: Struktur naratif yang menarik dan penggunaan elemen emosional dalam dialog.

Contoh: Analisis penggunaan musik, sinematografi, dan dialog yang meningkatkan emosi dari pesan moral.

5. Teknik *Red-Herring*

Definisi: Mengalihkan perhatian dari argumen yang merugikannya ke argumen yang lain.

Indikator: Strategi karakter dalam debat atau konflik yang mengarahkan perhatian dari argumen yang merugikannya.

Contoh: mengkaji momen di mana karakter menghindari argumen yang merugikannya dengan mengalihkan topik diskusi yang lain.

B. Pesan moral

Dalam konteks penelitian ini, pesan moral yang disampaikan melalui karakter dan alur cerita dapat diidentifikasi sebagai alat untuk mempengaruhi dan membujuk agar mengadopsi nilai-nilai positif. Teknik komunikasi persuasif yang digunakan dalam drama ini, seperti pengembangan karakter yang dapat dihubungkan dan situasi yang mengharukan, berfungsi untuk memperkuat pesan moral tersebut, sehingga penonton tidak hanya terhibur tetapi juga didorong untuk merenungkan nilai-nilai yang ditawarkan. Dengan demikian, pertunjukan ini menjadi media yang efektif untuk menyampaikan pesan moral.

C. Drama Korea

Karya fiksi yang memiliki alur cerita dan karakter yang menggunakan teknik komunikasi persuasif untuk menyampaikan pesan moral, yang melalui peran tokoh utama, plot cerita yang berkaitan dengan fokus penelitian ini.