



**RESEPSI MAHASISWA FISIP UHAMKA 2017 MENGENAI
SISTEM KERJA @KOREADISPATCH PADA PEMBERITAAN
SKANDAL KENCAN ARTIS KOREA**

SKRIPSI

Diajukan Oleh

Nama : Annisa Ainayyah

Nim : 1706015090

Peminatan : Penyiaran



Uhamka
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA, 2021**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Annisa Ainayyah
NIM : 1706015090
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran
Judul Skripsi : Resepsi Mahasiswa Fisip Uhamka 2017 Mengenai Sistem Kerja @Koreadispatch pada Pemberitaan Skandal Kencan Artis Korea

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggungjawabkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 14 Januari 2022

Yang menyatakan



Tanda tangan
Annisa Ainayyah

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Resepsi Mahasiswa Fisip Uhamka 2017 Mengenai
Sistem Kerja @Koreadispatch pada Pemberitaan
Skandal Kencan Artis Korea
Nama : Annisa Ainayyah
NIM : 1706015090
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran

Telah diperiksa dan disetujui
untuk mengikuti ujian skripsi oleh:

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Dr. Novi Andayani Praptiningsih, M.Si.
Tanggal : 14 Januari 2022



Eko Digdoyo, S.Pd., M.Hum
Tanggal : 17 Januari 2022

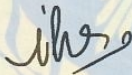
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Resepsi Mahasiswa Fisip Uhamka 2017 Mengenai Sistem Kerja @Koreadispatch pada Pemberitaan Skandal Kencan Artis Korea
Nama : Annisa Ainayyah
NIM : 1706015090
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Jum'at, tanggal 28 Januari 2022, dan dinyatakan LULUS.

Penguji I



Dr. Sri Mustika, M.Si
Tanggal : 16.5.2022

Pembimbing I



Dr. Novi Andayani Praptiningsih, M.Si
Tanggal : 25 Mei 2022

Penguji II



Zulfahmi Yasir Yunan, M.IP.
Tanggal : 20 Mei 2022

Pembimbing II



Eko Digdoyo, S.Pd., M.Hum
Tanggal : 27 Mei 2022



Mengetahui,
Dekan



Dra. Tellys Corliana, M.Hum.

ABSTRAK

Judul Skripsi : Resepsi Mahasiswa FISIP UHAMKA 2017
Mengenai Sistem Kerja @Koreadispatch pada
Pemberitaan Skandal Kencan Artis Korea
Nama : Annisa Ainayyah
NIM : 1706015090
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran
Halaman : 69 + xii halaman + 4 bagan + 4 tabel + 17
lampiran

Korean wave merupakan istilah yang untuk menggambarkan perluasan budaya populer Korea melalui berbagai produk hiburan, seperti drama, musik, film, makanan, fashion, dan gaya hidup. Untuk disebarakan ke seluruh dunia. Media sosial Instagram Akun @koreadispatch sudah tidak asing lagi di telinga para penggemar K-Pop atau K-Drama. *Dispatch* merupakan media daring infotainment di Instagram yang berfokus pada semua informasi tentang Korea, khususnya para artis dan idol Korea. Cara kerja *Dispatch* mengandung pro dan kontra di kalangan penggemar. Pasalnya, sistem kerjanya seperti "paparazi" yang selalu membututi artis kemana pun ia pergi dan mengamati setiap kegiatannya demi mendapatkan informasi yang *up to date*. Penelitian ini bertujuan mengetahui resepsi netizen khususnya mahasiswa FISIP UHAMKA 2017 penggemar K-Pop dan K-Drama dalam memaknai sistem kerja @koreadispatch pada pemberitaan skandal kencan artis korea?

Peneliti menggunakan metodologi penelitian kualitatif, paradigma konstruktivisme, dan metodologi analisis resepsi Stuart Hall untuk mencapai tujuan penelitian. Analisis resepsi mengkaji bagaimana audiens mengkonstruksi dan merekonstruksi makna program media. Teori Encoding/Decoding Stuart Hall membagi audiens menjadi tiga posisi membaca: Dominan, Negosiasi, dan Oposisi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemaknaan audiens terhadap makna sistem kerja @koreadispatch dalam memperoleh berita kencan artis dengan enam informan menghasilkan tiga informan di posisi negosiasi, satu informan di posisi dominan dan dua informan di posisi oposisi.

Kata Kunci: Analisis Resepsi, Media Baru, Skandal Kencan, Korea Dispatch

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL (COVER)	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah.....	9
1.3 Pembatasan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Kontribusi Penelitian	10
1.6 Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian	11
1.7 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II KERANGKA TEORI	14
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu	14
2.2 Paradigma Penelitian	18
2.3 Hakekat Komunikasi	19
2.3.1 Pengertian	19
2.3.2 Fungsi.....	20
2.3.3 Model	21
2.3.4 Elemen	22
2.3.5 Konteks komunikasi.....	24
2.4 Teori Konstruksi Pemberitaan dalam Media Online	27
2.5 Perspektif Khalayak Aktif	27
2.6 Teori Utama.....	29
2.6.1 Teori Resepsi Stuart Hall	29

2.6.2	<i>Encoding/Decoding Model</i>	32
2.7	Teori Pendukung	32
2.7.1	<i>New Media</i>	32
2.7.2	Media Sosial.....	34
2.7.3	Konvergensi Media.....	35
2.8	Bagan Kerangka Teori/ Pemikiran	36
BAB III METODOLOGI		38
3.1	Pendekatan, Metode Penelitian, dan Jenis Penelitian.....	38
3.1.1	Pendekatan Penelitian	38
3.1.2	Metode Penelitian	38
3.1.3	Jenis Penelitian.....	39
3.3	Teknik Pengumpulan Data	40
3.4	Teknik Analisis Data	41
3.5	Triangulasi Data	43
3.6	Bagan Alur Penelitian	43
3.7	Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian	44
3.6.1	Tempat Penelitian	44
3.6.2	Jadwal Penelitian.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		46
4.1	Deskripsi Obyek/Subyek Penelitian	46
4.1.1	Obyek Penelitian.....	46
4.1.2	Subyek Penelitian.....	49
4.2	Hasil Penelitian.....	51
4.2.1	Pengetahuan Informan Mengenai Akun @Koreadispatch	52
4.2.2	Pendapat Informan Mengenai Skandal Kencan	55
4.3	Pembahasan	58
BAB V PENUTUP.....		64
5.1	Simpulan.....	64
5.2	Saran-saran	65
5.2.1	Saran Akademis	65
5.2.2	Saran Metodologis	65

5.2.3	Saran Praktis	65
5.2.4	Saran Sosial.....	65
DAFTAR PUSTAKA		66
LAMPIRAN.....		70



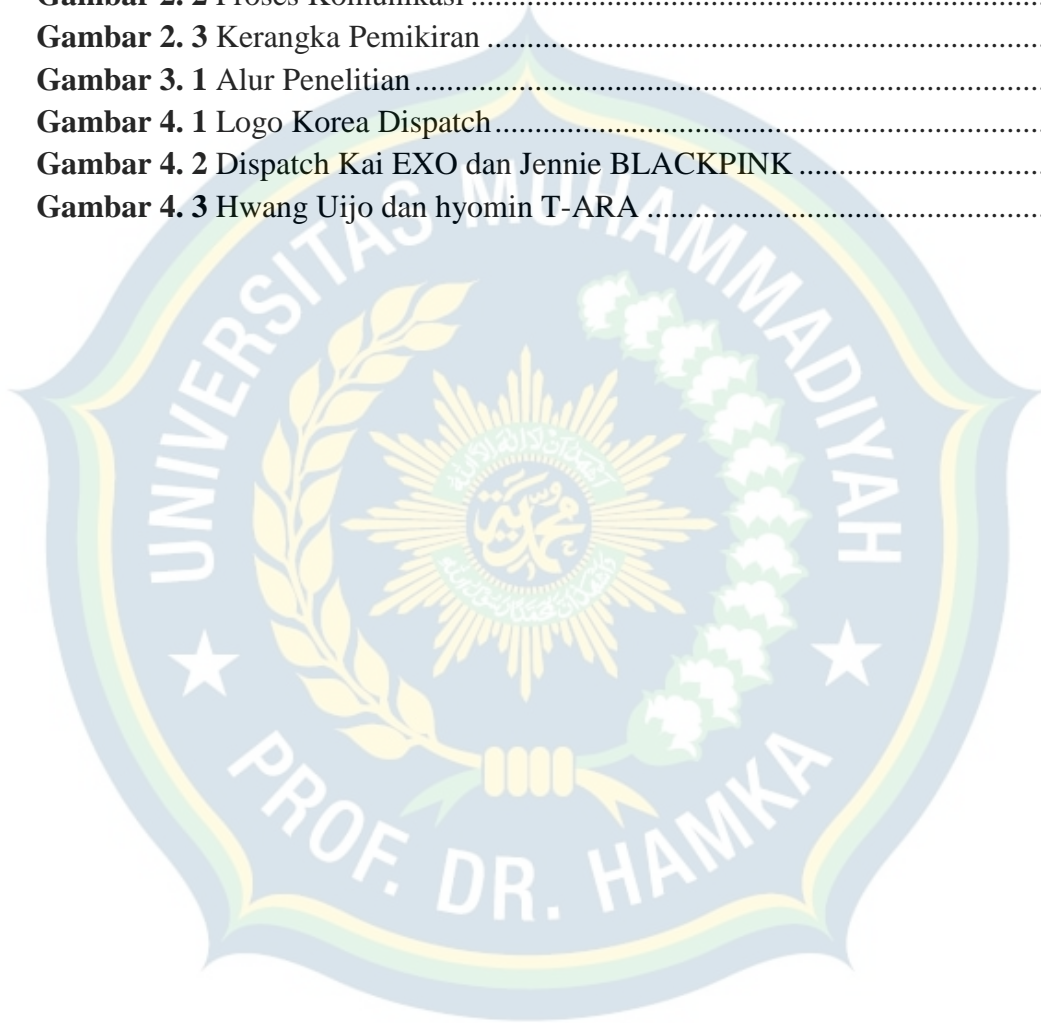
DAFTAR TABEL

Table 1.1 Daftar TV Indonesia yang menayangkan program TV Korea	3
Table 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	14
Table 3. 1 Agenda	45
Table 4. 1 Resepsi mahasiswa FISIP UHAMKA 2017.....	60



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Dispatch Rain dan Kim Tae Hee	6
Gambar 1. 2 Dispatch Baekhyun dan Taeyeon	7
Gambar 1. 3 Dispatch E'Dawn dan HyunA.....	8
Gambar 2. 1 Model Komunikasi Laswell.....	22
Gambar 2. 2 Proses Komunikasi	24
Gambar 2. 3 Kerangka Pemikiran	37
Gambar 3. 1 Alur Penelitian	44
Gambar 4. 1 Logo Korea Dispatch.....	48
Gambar 4. 2 Dispatch Kai EXO dan Jennie BLACKPINK.....	54
Gambar 4. 3 Hwang Uijo dan hyomin T-ARA	55



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sejak kemunculan media baru yang berkaitan erat dengan internet, segala aspek kehidupan manusia berkembang dengan pesat. Semua hal dapat diakses melalui internet tak terkecuali media konvensional yang kini mulai beralih menjadi media *online*. Dari segi penyebaran informasi, keunggulan media *online* adalah dapat diakses secara bebas kapan saja, di mana saja, tanpa batasan. Saat ini, warga negara tidak cuma memerlukan data yang kredibel, menghibur serta tepat, namun pula kelajuan penyampaian informasi. Media *online* bisa penuhi permintaan kebutuhan tersebut. Warga telah mempertimbangkan kehadiran portal informasi internet.

Saat ini, transmisi data di media dikaitkan dengan kebiasaan terkenal atau disebut 'kekinian'. Dari sudut pandang sosiologis, budaya populer dengan kebutuhan mode yang berkembang pesat. Budaya populer biasanya dikaitkan dengan hal-hal sehari-hari seperti musik, film, dan fashion, dan hal-hal ini digunakan oleh seluruh orang atau kelompok tertentu (Bungin, 2006: 100).

Salah satu negara yang menyebarkan budaya populer saat ini ialah Korea Selatan. Sukses "mempesona" aktor dan aktris serta musisi dari berbagai kalangan. Budaya K-pop telah menjadi global. Termasuk wisata makanan serta budaya. K-Pop adalah akronim dari musik pop Korea sejenis musik Korea yang populer. Sudah

banyak *public figure* mulai dari artis, *boy/girl group* musik Korea terkenal menjadi semakin populer di luar negeri.

Berbagai macam hasil kreasi budaya Korea, seperti makanan, lagu, film, fashion, gaya hidup, drama dan industri, sudah mewarnai kehidupan masyarakat di seluruh dunia. Penyebaran budaya Korea yang begitu cepat serta meluas sehingga masyarakat mengakui bahwa itu menyebabkan fenomena *hallyu wave* (Simbar, 2016: 2).

Salah satu negara yang juga terkena dampak dari *hallyu wave* adalah Indonesia. Perkara ini dapat dilihat dari media-media di Indonesia seperti majalah, televisi serta di internet. Negara-negara tersebut kini berlomba-lomba untuk menyiarkan atau meliput berita Korea.

Perkembangan Korean wave berdampak besar pada dunia pertelevisian Indonesia. Setelah Piala Dunia 2002 di Korea Selatan dan Jepang, budaya pop Korea mulai berkembang di seluruh Indonesia. Program yang disiarkan di saluran televisi Indonesia ini kemudian digunakan untuk mempromosikan serial drama Korea Selatan K-Drama. Pada tanggal 26 Maret 2002, Trans TV menjadi stasiun televisi pertama yang menyiarkan drama Korea "*Mother's Sea*". Hal ini diikuti oleh Indosiar, yang merilis "*Endless Love*" pada tanggal 1 Juli 2002 yang merupakan awal dari populernya drama Korea di Indonesia (Putri, 2019: 69).

Selanjutnya, K-pop (musik pop Korea) memiliki pengaruh signifikan terhadap populernya Korean wave di Indonesia. Musisi dan grup idola Korea bergantian tampil di Indonesia. Dari tahun 2011 hingga 2013 menjadi saksi kebangkitan K-pop, dan masuknya penyanyi K-pop menjadi topik utama media Indonesia. Salah

satu program musik Korea yaitu “*Music Bank*” yang disiarkan Indosiar ini juga menarik perhatian masyarakat Indonesia yang ingin belajar lebih banyak tentang K-pop (Rinata, 2019: 14).

Berikut ini merupakan data televisi Indonesia yang pernah menayangkan program acara televisi Korea:

Table 1.1 Daftar TV Indonesia yang menayangkan program TV Korea

No.	Nama Program	Channel TV	Kategori	Tayang
1.	Boys Before Flower	Indosiar	K-Drama	1 Juni 2009
2.	Musik Bank	Indosiar	K-Pop	20 November 2011
3.	Running Man	RTV	Game Show	6 September 2014
4.	The Return of Superman	RCTI	Reality Show	9 September 2015
5.	The World of the Married	Trans TV	K-Drama	14 September 2020
6.	Good Friends	Net TV	Variety Show	15 September 2020

Sumber: Cademedia.com (6 Oktober 2021) diolah oleh peneliti (Januari 2022)

Data ini dibuat oleh peneliti berdasarkan program acara paling populer yang pernah tayang di TV Indonesia. Masih banyak lagi program dan *channel* TV Indonesia yang menayangkan program acara TV Korea (Cademedia.com).¹

Jejaring sosial adalah aplikasi website generasi kedua yang membolehkan anda membuat jaringan pribadi di internet. Pengguna dapat membuat jejaring sosial dan berinteraksi di lingkungan internet. Di dunia, media sosial sudah jadi cara hidup untuk seluruh orang. Tanpa terkecuali Instagram yang sangat banyak memberikan lingkungan baru dalam berinteraksi dikarenakan berbagai macam bentuk kelompok dan pembagian jenis akun yang dibangun oleh masyarakat virtual seiring berjalannya waktu.

¹ <https://www.cademedia.com/jadwal-drakor-tv-indonesia>, diakses 11 Januari 2022, pukul 22.24.

Instagram adalah *platform* media sosial yang banyak digunakan di kelompok pemakai ponsel pintar. Instagram merupakan gabungan dari istilah "Instan" serta "Telegram" (Ghazali, 2016: 8). Dengan demikian, Instagram adalah kombinasi dari dua kata Telegram Instan. Bisa dibayangkan sebagai aplikasi yang dapat dengan cepat menyampaikan informasi dalam bentuk pengelolaan gambar, pengeditan gambar, serta menyebarkan di jejaring sosial lain, tergantung bagaimana aplikasi itu digunakan

Instagram merupakan media sosial yang awalnya hanya berisikan foto atau video. Namun sekarang Instagram digunakan sebagai media transmisi, seperti halnya berita *online*, tidak perlu diakses melalui *website*, juga menjadi media pemasaran produk.

Instagram memudahkan penggunaannya untuk membagikan informasi. Salah satu yang menarik perhatian peneliti adalah akun @koreadispatch. Bagi sebagian orang khususnya penggemar K-Pop dan K-Drama, pasti sudah tidak asing lagi bila mendengar Dispatch. Dispatch merupakan sebuah media berita *online* di Instagram yang berfokus pada semua pemberitaan yang berkaitan dengan Korea, khususnya para artis dan idol Korea. Berbagai macam berita ditampilkan disini, mulai dari *comeback idol*, kontroversi, prestasi sampai kencan yang dilakukan artis.

Konten paling menarik di @koreadispatch adalah berita kencan artis Korea yang selalu ditunggu – tunggu para penggemar. Biasanya dispatch akan memposting berita kencan ini pada tanggal 1 Januari. Namun banyak juga yang diungkap selain tanggal tersebut, dikarenakan agensi sudah lebih dulu mengumumkan berita kencan artisnya atau hal lain. Biasanya yang diungkap setiap

tanggal 1 Januari ini, merupakan artis atau idol ternama Korea yang masih malu-malu untuk mengungkapkan atau masih terikat kontrak dengan agensi untuk tidak berpacaran dalam batas waktu yang telah ditentukan.

Hal ini merupakan suatu tradisi yang biasa dilakukan oleh *dispatch* untuk mengungkap skandal kencan yang dilakukan artis. Mengapa kencan disebut skandal? Karena jika seorang artis atau idol melakukan kencan pasti akan merusak *image* dan kemungkinan paling parah adalah putusnya kontrak dengan berbagai perusahaan seperti sponsor, karir yang tenggelam, dll.

Perbedaan media Korea dan media Indonesia yang paling mencolok adalah di Indonesia media berlomba – lomba mencari sensasi dan membuat kontroversi dengan cara mengundang artis atau seleb dadakan yang minim prestasi namun banyak sensasi kemudian membuat “gimmick” untuk menaikkan rating program media tersebut. Semakin banyak sensasi maka semakin banyak popularitas yang didapatkan. Lain halnya dengan Korea Selatan, mereka hanya meliput berita yang benar – benar bermutu dan berkualitas. Kesalahan sedikit saja yang dilakukan oleh publik figur dapat membuat karir orang tersebut menjadi redup bahkan tenggelam. Hal ini karena netizen Korea amat sangat kritis dalam menanggapi suatu hal yang ditampilkan oleh publik figur.

Tetapi berita kencan tidak selamanya berakhir buruk ada juga yang berakhir bahagia sampai kepernikahan seperti pasangan fenomenal Kim Tae Hee dan Rain (2013). Setelah menjalin hubungan yang cukup lama, akhirnya mereka

memutuskan untuk menikah pada tanggal 29 Januari 2017. Kini keduanya telah dikaruniai dua putri cantik (Woke.id).²

Gambar 1. 1 Dispatch Rain dan Kim Tae Hee



Sumber: Woke.id

Karena banyaknya skandal kencan yang berakhir buruk, hal ini sangat mempengaruhi citra artis dimata penggemar. Apalagi untuk penganut paham “*Idol is mine*”, penggemar tidak akan segan-segan untuk meneror pasangan tersebut jika dirasa tidak memiliki kecocokan. Seperti kisah cinta Baekhyun EXO dan Taeyeon SNSD (2014). Keduanya sering tertangkap basah oleh penggemar karena menggunakan barang *couple* dan memposting sesuatu yang saling berhubungan (Woke.id).³

Hal inilah yang membuat dispatch menyelidiki dan mengungkap fakta bahwa keduanya tengah menjalin hubungan. Namun hubungan keduanya tidak berjalan mulus. Karena banyak fans yang menentang bahkan meneror keduanya. Hingga

² <https://www.woke.id/34-pasangan-selebriiti-korea-yang-terungkap-oleh-dispatch/>, diakses 4 Agustus 2021, pukul 23.00.

³ <https://www.woke.id/34-pasangan-selebriiti-korea-yang-terungkap-oleh-dispatch/>, diakses 4 Agustus 2021, pukul 23.15.

membuat Baekhyun harus hiatus dari media sosial pribadinya dan Taeyeon yang dituntut meminta maaf didepan publik atas skandal kencanya (Liputan6.com).⁴

Gambar 1. 2 Dispatch Baekhyun dan Taeyeon



Sumber: Woke.id

Banyak penggemar dan *haters* yang menentang hubungan mereka. Karena terkesan seperti hubungan terlarang antara senior (Taeyeon) dan junior (Baekhyun) yang pada saat itu EXO sedang berada dipuncak popularitas sebagai *boygrup* pendatang baru (*rookie*) terpopuler. Hingga akhirnya Taeyeon pun merilis *single* berjudul “*Fine*” yang disinyalir bahwa Taeyeon masih belum *move-on* dari Baekhyun. Beruntung karir keduanya dapat diselamatkan.

⁴ <https://www.liputan6.com/showbiz/read/2564380/baekhyun-exo-beri-isyarat-masih-cinta-taeyeon-girls-generation>, diakses 4 Agustus 2021, pukul 23.20.

Gambar 1. 3 Dispatch E'Dawn dan HyunA



Sumber: Hellokpop

Berbeda dengan HyunA dan E'Dawn PENTAGON yang harus didepak keluar dari agensi CUBE Entertainment. HyunA yang pada saat itu sedang mempersiapkan *comeback* solonya dan dan E'Dwan yang tengah fokus pada grupnya dipaksa berhenti karena HyunA dan E'Dawn dianggap telah melanggar peraturan. Akibat pengumuman kengan ini, sebanyak 500 orang membatalkan acara *fansign* PENTAGON yang berakibat pada penurunan harga saham di CUBE Entertainment dan keduanya dikeluarkan dari agensi tersebut (TribunJatim.com).⁵ Karir keduanya sempat redup karena masalah ini. Tapi mereka tetap optimis dan terus menjalin hubungan hingga keduanya bergabung dengan agensi P NATION milik PSY (Kompas.com).⁶

⁵ <https://jatim.tribunnews.com/2018/08/04/500-tiket-pembentukan-klub-dibatalkan-usai-tiga-skandal-kengan-member-pentagon-viral-fans-kecewa?page=all>, diakses 4 Agustus 2021, pukul 23.33.

⁶ <https://entertainment.kompas.com/read/2019/01/27/152307210/hyuna-dan-edawn-bergabung-dengan-agensi-milik-psy>, diakses 4 Agustus 2021, pukul 23.33.

Pemberitaan kengan ini bukan hanya penggemar yang menantikan saat-saat pengumuman, tapi banyak artis juga ikut penasaran atas siapa yang akan ketahuan melakukan kengan secara sembunyi-sembunyi ini. Sebelum merilis berita kengan, biasanya dispatch akan memberikan *spoiler* inisial artis yang terlibat kengan. Hal ini membuat penggemar bertanya-tanya, “siapakah yang akan terungkap kali ini?” Untuk memperoleh berita kengan, dispatch mengutus karyawannya untuk mengikuti artis yang diduga tengah berkengan dengan menggunakan sistem kerja “paparazi”. Dispatch tidak akan segan-segan untuk mengikuti targetnya hingga ke luar negeri. Mulai dari aktivitas dunia keartisannya sampai kesehariannya yang bersifat privasi. Hal ini lah yang melatarbelakangi peneliti untuk melakukan penelitian guna mengetahui bagaimana resepsi penggemar khususnya mahasiswa FISIP UHAMKA dalam memaknai sistem kerja @koreadispatch pada pemberitaan skandal kengan artis Korea.

Menggunakan paradigma konstruktivis dan merupakan penelitian deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam. Menggunakan teori resepsi dan model *encoding-decoding* Stuart Hall. Penelitian ini bertujuan guna menggambarkan pemaknaan dan mengetahui posisi mahasiswa FISIP UHAMKA 2017 penggemar Korea pada penerimaan sistem kerja @koreadispatch dalam pemberitaan skandal kengan artis Korea.

1.2 Perumusan Masalah

Berikut adalah rumusan masalah dalam penelitian ini, berdasarkan konteks yang telah dijelaskan: Bagaimana resepsi netizen khususnya mahasiswa FISIP

UHAMKA 2017 penggemar K-Pop dan K-Drama dalam memaknai sistem kerja @koreadispatch pada pemberitaan skandal kengan artis Korea?

1.3 Pembatasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Terbatas pada resepsi netizen tentang sistem kerja @koreadispatch dalam konten skandal kengan artis Korea.
- b. Penelitian terbatas hanya pada mahasiswa FISIP UHAMKA 2017, Kebayoran, Jakarta Selatan. Hal ini mengingat *Korean Wave* yang sudah menyebar keseluruh penjuru dunia termasuk Indonesia. Terlebih lagi kampus UHAMKA yang berbasis kampus islami tidak luput dari jangkauannya. Terutama FISIP angkatan 2017 yang diketahui banyak fans K-Pop dan K-Drama.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah: guna memahami bagaimana resepsi mahasiswa FISIP UHAMKA 2017 dalam memaknai sistem kerja @koreadispatch pada pemberitaan skandal kengan artis Korea.

1.5 Kontribusi Penelitian

Diharapkan bahwa penelitian ini dapat memberikan manfaat baik secara akademis maupun praktis, yaitu sebagai berikut:

- a. Kontribusi Akademis

Penelitian ini diharapkan akan berkontribusi pada pengembangan ilmiah, khususnya ilmu komunikasi kajian budaya dan media. Selanjutnya,

penelitian ini juga diharapkan akan menambah penelitian ilmiah tentang pengaruh konten komunikasi di media.

b. Kontribusi Metodologis

Secara metodologis, penelitian ini diharapkan dapat lebih memperkaya sumber penelitian dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis resepsi *encoding-decoding* Stuart Hall, khususnya tentang analisis resepsi pemberitaan skandal kengan artis yang dilakukan melalui media sosial Instagram dalam akun @koreadispatch.

c. Kontribusi Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu masyarakat dalam memahami tentang penerimaan respon pesan atas kontroversi sistem kerja @koreadispatch dalam memperoleh berita skandal kengan artis Korea.

d. Kontribusi Sosial

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menyelesaikan masalah dan memberikan informasi kepada publik dalam menghadapi respon sosial terhadap berita skandal kengan artis yang diunggah dalam akun @koreadispatch di Instagram.

1.6 Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian

Ada beberapa faktor yang memungkinkan peneliti selanjutnya untuk lebih memperhatikan penelitian yang lebih mendalam, karena ada beberapa keterbatasan yang dialami berdasarkan pengalaman langsung peneliti selama penelitian, dan

penelitian ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang diperlukan dan ditingkatkan.

Beberapa keterbatasan penyelidikan ini, khususnya:

1. Jumlah informan dibatasi 6 orang, tetapi tentu saja belum cukup untuk menggambarkan keadaan yang sebenarnya.
2. Objek penelitian difokuskan hanya pada akun media sosial Instagram @koreadispatch.
3. Saat mengumpulkan informasi, data yang diberikan oleh responden selama wawancara mungkin tidak selalu mencerminkan tanggapan aktual responden. Perihal ini kerap diakibatkan oleh ide, asumsi, dan pemahaman yang berbeda dari masing-masing responden, serta kejujuran responden dalam menanggapi persoalan wawancara.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistem penulisan dirancang untuk memfasilitasi pemahaman dan peninjauan dalam konteks penelitian. Sistem penulisan laporan penelitian ini terdiri dari lima bab, dan isi dari setiap bab dapat dijelaskan secara singkat sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menyajikan materi yang hampir melengkapi proposal penelitian, termasuk latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistem penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan secara rinci dasar-dasar teoritis, termasuk penelitian sebelumnya, pembahasan teori, paradigma penelitian, hakekat komunikasi,

teori peminatan, teori kontekstual komunikasi, teori utama, teori pendukung, dan media *online* yang mendasari penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini, peneliti menjelaskan metode penelitian yang terdiri dari: pendekatan penelitian, metode penelitian, jenis penelitian untuk mengidentifikasi subjek penelitian dan informan, metode pengumpulan data, metode analisis data, waktu penelitian, lokasi penelitian, dan tahap penulisan jadwal dalam penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menguraikan tentang gambaran hasil penelitian dan pembahasannya seperti memaparkan data-data yang berhasil dikumpulkan oleh peneliti saat wawancara. Mendeskripsikan secara naratif hasil penelitian dan mengaitkan hasil penelitian dengan teori analisis resepsi Stuart Hall.

BAB V PENUTUP

Berisikan tentang kesimpulan dari serangkaian pembahasan skripsi berdasarkan analisis yang telah dilakukan serta saran-saran untuk disampaikan kepada obyek penelitian atau bagi penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Foss, Stephen W. Littlejohn & Karen. (2009). *Theoris Of Human Communication*, edisi 9. Terjemahan oleh Mohammad Yusuf Hamdan. Jakarta: Salemba humanika.
- Ardianto, Elvinaro dkk. (2009). *Komunikasi Massa; Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media.
- Baran, Stanley J. (2012). *Pengantar Komunikasi Massa: Media Melek & Budaya*. Jilid 1 Edisi 5. Jakarta: Erlangga
- Bungin, Burhan. (2007). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Burton, G. (2012). *Media dan Budaya Populer*. Penerjemah: Alfathri Adlin. Yogyakarta: Jalasutra.
- Creswell, John W. (2013). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Terjemahan oleh Achmad Fawaid, *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Deddy, Mulyana. (2010). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Cet. XIV. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Deddy, Mulyana. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchyana. (2011). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Prakteknya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Foucault, Michel. (1997). *Sejarah Seksualitas Seks dan Kekuasaan*. Alih Bahasa: Rahayu S. Hidayat. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Foucault, Michel. (2002). *Power/Knowledge: Wacana Kuasa/Pengetahuan*. Alih Bahasa Yudi Santosa. Yogyakarta: Bentang Budaya.
- Ghazali, Miliza. (2016). *Buat Duit dengan Facebook dan Instagram: Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*, Malaysia: Publishing House.
- Grossberg, L., Wartella, E., Whitney, D. C., & Wise, J.M. (2006). *Media Making: Mass Media in a Popular Culture*. London: Sage Publication.
- Hall, Stuart (Ed.). (1997.) *Representation: Cultural Representations dan Signifying Practices*. London: Sage Publications.

- Hall, Stuart (Ed.). (2013). *Representation: Cultural Representations dan Signifying Practices*. London: Sage Publications.
- Hall, Stuart. (1980). *Encoding/Decoding*. In D.H Stuart Hall (Ed.), *Culture, Media, Language*. New York: Routledge.
- Irwansyah. (2011). *Corporate and Marketing Communication*. Jakarta: Puskomis Universitas Mercu Buana.
- Karyaningsih, Ponco Dewi. (2018). *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Koesomowidjojo, Suci. (2021). *Dasar Dasar Komunikasi*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.
- Kriyantono, Rachmat. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Perdana Media Group.
- Louw P. Eric. (2001). *The Media and Cultural Production*. London: Sage Publications.
- Mc Quail, Dennis. (2000). *Mc Quail's Communication Theory* (4th edition). London: Sage Publications.
- Milles & Huberman. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Moleong, Lexy J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana.
- Mulyana, Deddy. (2014) *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Cetakan ke 18. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Napitupulu, Eko Y. & Ridho Irawan. (2013). *Social Media Nation: 15 Inspirasi Berjejaring Sosial*. Jakarta: Prasetiya Mulya Publishing.
- Ngalimun. (2017). *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Nurjaman, Kadar dan Khaerul Umam. (2012). *Komunikasi & Public Relations*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Solomon, Michael R. (2011). *Consumer Behavior (Buying, Having, and Being)*. New Jersey: Pearson.
- Storey, John. (2010). *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*. Yogyakarta: Jalasutra.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sukardi. (2003). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Prakteknya*. Jakarta: Bumi Aksara.

Tamburaka, Apriyadi. (2013). *Literasi Media “Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa”*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Yusuf, Muri A. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan Penelitian Gabungan (Pertama)*. Jakarta: Renika Cipta.

Jurnal

Billy, Susanti. (2014). “Analisis Resepsi Terhadap Rasisme dalam Film (Studi Analisis Resepsi Film 12 Years A Slave pada Mahasiswa Multi Etnis)”. Skripsi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika. Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta.

Briandana, Riski & Azman Azwan A. (2020). New media audience and gender perspective: A reception analysis of millenials interpretation. *International Journal of Humanities and Social Science Research*, Vol. 6, Issue. 1, 58-63.

Nisa, Uswatun. (2017). Studi Resepsi Khalayak Terhadap Pemberitaan Syariat Islam Pada Kompas.Com. *Jurnal Komunikasi Global*, Vol. 6 No. 1, 74-89.

P, Novita Ika. (2018). Resepsi Pembaca Terkait Berita Demo 4/11 Di Kompas.Com. *Jurnal ASPIKOM*, Vol. 3 No. 5, 958-974.

Putri, Idola Perdini, dkk. (2019). K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia. *Jurnal ProTVF*. Vol. 3. No. 1, 68-80.

Rinanda, Riesta & Nila Nurlimah. (2018). Perilaku Khalayak yang Mengakses Tirto.Id di Instagram Studi Kualitatif Analisis Resepsi Perilaku Mahasiswa Unisba yang Mengakses Infografis “Bangkitnya Jihadis Perempuan” di Instagram Tirto.id. *Prosiding Jurnalistik*, Vol. 4, No. 2, 198-204.

Rinata, Asfira Rachmad & Sulih Indra Dewi. (2019). Fanatisme Penggemar Kpop dalam Bermedia Sosial di Instagram. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 8 No. 2, 13-23.

Simbar, Frulyndese K. (2016). Fenomena Konsumsi Budaya Korea Pada Anak Muda Di Kota Manado. *Jurnal Holistik*. Vol. 10 No. 18, 1-20.

Tan, Sely & Yuri Alfrin Aladdin. (2018). Analisis Resepsi Pembaca Tribunnews.Com Dari Kalangan Mahasiswa/I Universitas Indonesia Terhadap Insiden “Kartu Kuning” Ketua Bem Ui. *Jurnal Semiotika* Vol.12 No. 1, 62-72.

Website

<https://www.woke.id/34-pasangan-selebri-korea-yang-terungkap-oleh-dispacth/> diakses pada 4 Agustus 2021.

<https://www.liputan6.com/showbiz/read/2564380/baekhyun-exo-beri-isyarat-masih-cinta-taeyeon-girls-generation> diakses pada 4 Agustus 2021.

<https://jatim.tribunnews.com/2018/08/04/500-tiket-pembentukan-klub-dibatalkan-usai-tiga-skandal-kencan-member-pentagon-viral-fans-kecewa?page=all> diakses pada 4 Agustus 2021.

<https://entertainment.kompas.com/read/2019/01/27/152307210/hyuna-dan-edawn-bergabung-dengan-agensi-milik-psy> diakses pada 4 Agustus 2021.

<https://www.intipseleb.com/korea/3239-chen-exo-didesak-keluar-akibat-hamili-pacar-suho-angkat-bicara?page=all> diakses pada 4 Januari 2022.

<https://www.hellokpop.com/news/hyuna-and-hyojong-plans/> diakses pada 12 Januari 2022.