

PERSEPSI GEN Z TERHADAP SERIAL DRAMA KOREA *CELEBRITY*

Andika Pratama, Ali Nupiah

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Universitas
Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar, Sumatera Barat, Indonesia
E-mail: andikaprt1210@gmail.com nupiahali@gmail.com @uinmybatusangkar.ac.id

Copyright © 2025



Abstract: *This study aims to explore Gen Z's perception of Korean dramas, especially those involving celebrities in the Korean series industry. Along with the rapid development of the Korean Wave phenomenon, Korean dramas have become an important part of media consumption, especially for the younger generation who grew up in the digital era. This study focuses on how Gen Z in Batusangkar City views and interacts with Korean dramas, as well as the influence of Korean series celebrities in shaping their perceptions of the culture. The method used in this study is a qualitative approach with data collection techniques through observation, interviews, and documentation. Observations were conducted in the field to observe audience interactions with Korean dramas, while interviews were used to explore individual opinions on how they interpret and respond to messages conveyed through the drama and celebrities. The data obtained were analyzed descriptively to describe the views and influence of Korean culture on Gen Z's mindset and behavior. The results of the study show that Gen Z has a strong interest in Korean dramas, which is not only influenced by the storyline, but also by the image of the celebrities who appear in the series. In addition, perceptions of Korean celebrities are also influenced by factors such as internal and external factors. This study provides deeper insight into how Gen Z understands and consumes entertainment media, as well as how Korean celebrities play a role in shaping their perceptions of Korean culture.*

Keyword: Korean Drama, Gen Z, Perception, *Celebrity*.

PENDAHULUAN

Popularitas drama Korea telah menjadi salah satu pendorong utama gelombang Hallyu atau demam Korea yang kini merambah ke berbagai belahan dunia. Fenomena ini tidak lagi hanya dianggap sebagai tren hiburan, melainkan telah membawa dampak yang signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan,

termasuk persepsi masyarakat global terhadap budaya, gaya hidup, dan nilai-nilai tertentu. Salah satu dampaknya terlihat pada gaya hidup masyarakat, khususnya Gen Z, yang sangat dipengaruhi oleh konten di media sosial.

Media sosial telah menjadi *Platform* utama bagi generasi muda untuk mengonsumsi, berbagi, dan membentuk

persepsi terhadap berbagai bentuk hiburan, termasuk drama Korea. *Platform* seperti Instagram, TikTok, dan YouTube tidak hanya menjadi sarana untuk menonton atau mengulas drama, tetapi juga menciptakan ruang bagi pengguna untuk mengeksplorasi gaya hidup, mode, dan perilaku yang terinspirasi dari serial populer tersebut. Penggunaan media sosial memungkinkan Gen Z untuk terpapar pada elemen budaya Korea secara lebih intens, mulai dari cara berpakaian, tata rias, hingga nilai-nilai yang sering digambarkan dalam drama seperti kerja keras, persahabatan, dan cinta (Ananda Muhamad Tri Utama 2022) pada bagaimana generasi muda memilih untuk mengekspresikan diri, tetapi juga pada cara mereka berinteraksi dan membentuk identitas di dunia digital. Drama Korea, dengan narasinya yang kuat dan estetika visual yang menarik, menawarkan gambaran gaya hidup yang dianggap aspiratif oleh banyak orang. Hal ini memicu generasi muda untuk mengadopsi elemen-elemen tersebut dalam kehidupan sehari-hari mereka, yang kemudian diperkuat oleh algoritma media sosial yang mempromosikan konten serupa berdasarkan minat pengguna.

Gen Z di Kota Batusangkar menawarkan potensi penelitian yang sangat menarik dan relevan, terutama dalam konteks hubungan antara modernisasi dan pelestarian nilai-nilai budaya tradisional. Sebagai generasi yang lahir dan tumbuh di tengah kemajuan teknologi digital serta perubahan sosial yang begitu cepat, mereka memiliki karakteristik yang unik dibandingkan generasi sebelumnya. Hal ini menjadikan

mereka sebagai kelompok yang tidak hanya menjadi saksi, tetapi juga aktor utama dalam proses perubahan sosial yang sedang berlangsung.

Penelitian tentang Gen Z di Batusangkar dapat memberikan gambaran bagaimana mereka menghadapi realitas ini. Apakah mereka masih memegang teguh nilai-nilai adat yang diwariskan, seperti rasa hormat kepada orang tua, semangat gotong royong, dan kebanggaan terhadap seni budaya Minangkabau? Ataukah mereka mulai beralih kepada nilai-nilai yang lebih individualistik dan pragmatis yang sering kali melekat pada budaya modern? Selain itu, menarik untuk diteliti karena Gen Z di Batusangkar banyak yang terpapar drama Korea. Hal ini dibuktikan dari penyebaran angket yang menyatakan bahwa 75% Gen Z di Kota Batusangkar menyukai drama Korea dan 70% diantaranya pernah menonton drama Korea *Celebrity*.

Penelitian semacam ini tidak hanya penting untuk memahami dinamika sosial di Batusangkar, tetapi juga untuk mengidentifikasi peluang dan tantangan dalam pelestarian budaya di era digital. Studi ini dapat memberikan wawasan tentang bagaimana Gen Z menjembatani tradisi dengan modernitas, serta bagaimana mereka memaknai identitas mereka di tengah arus globalisasi. Temuan dari penelitian ini juga dapat menjadi dasar bagi pengembangan strategi budaya, pendidikan, dan kebijakan lokal yang lebih inklusif dan adaptif terhadap kebutuhan generasi muda.

Pada saat sekarang ini, Gen Z Batusangkar seringkali menyajikan citra diri yang sempurna di media sosial,

namun di balik layar mereka sedang berjuang dengan masalah pribadi yang kompleks. Kehidupan glamor yang dipamerkan di media sosial seringkali hanya sekadar fasad, sementara kenyataan yang sebenarnya jauh lebih sederhana. Tekanan untuk selalu tampil sempurna berdampak negatif pada kesehatan mental mereka, karena mereka merasa harus memenuhi standar yang tidak realistis. Perbandingan diri dengan orang lain di media sosial memicu perasaan rendah diri dan tidak aman pada diri sendiri. Salah satu tontonan yang mempengaruhi kehidupan Gen Z di Kota Batusangkar adalah tontonan pada serial drama korea yang berjudul *Celebrity*.

Drama Korea *Celebrity* yang tayang pada tahun 2023 menjadi fenomena tersendiri di kalangan penggemar K-Drama. Drama ini menyoroti kehidupan glamor dan keras para *influencer* di dunia sosial media, serta persaingan sengit untuk meraih popularitas. Alur cerita yang menarik, karakter yang kompleks, dan visual yang memukau membuat drama ini berhasil menarik perhatian masyarakat khususnya Gen Z. Drama Korea *Celebrity*, dengan *setting* yang sangat kental dengan dunia media sosial, berhasil menangkap minat masyarakat. Drama ini menggambarkan secara realistis bagaimana media sosial dapat membentuk identitas, citra diri, dan hubungan sosial individu. Drama Korea *Celebrity* berhasil menarik perhatian banyak penonton, terutama Gen Z (Rahmani 2020).

Pada saat observasi awal, ditemukan beberapa faktor utama yang menjadi alasan di balik popularitas drama ini. Salah satu faktor yang paling menonjol

adalah penyajian gambaran realistis tentang dunia *influencer* dan media sosial. Drama ini berhasil menangkap esensi dari kehidupan Gen Z yang sangat erat kaitannya dengan teknologi dan media sosial. Penonton tidak hanya disuguhkan sisi glamor dari dunia tersebut, seperti popularitas, gaya hidup mewah, dan pengakuan sosial, tetapi juga sisi gelapnya, seperti tekanan mental, persaingan ketat, dan risiko kehilangan privasi. Realisme ini membuat penonton merasa drama tersebut relevan dan dekat dengan kehidupan mereka, sehingga memunculkan rasa penasaran yang mendalam terhadap kehidupan sehari-hari para *influencer*, termasuk cara mereka membangun citra diri, menghadapi tantangan, dan menjaga eksistensi di dunia maya.

Kombinasi antara relevansi tema, kompleksitas cerita, dan pesan inspiratif menjadikan drama ini mampu menarik minat dari berbagai kalangan, baik dari generasi muda yang ingin melihat refleksi kehidupan mereka sendiri maupun dari penonton dewasa yang tertarik memahami dunia baru yang digerakkan oleh teknologi dan media sosial. Drama ini juga menunjukkan bagaimana hiburan modern tidak hanya berfungsi sebagai sarana rekreasi, tetapi juga sebagai medium untuk mengeksplorasi isu-isu sosial yang relevan dengan kehidupan saat ini. Karena hal inilah, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Persepsi Gen Z Terhadap Serial Drama Korea *Celebrity*”.

KAJIAN PUSTAKA

Persepsi

Secara etimologis, persepsi atau dalam bahasa Inggris *perception* berasal dari bahasa Latin *perception*, dari *percipere* yang artinya menerima atau mengambil persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi atau menafsirkan pesan. Dalam perspektif ilmu komunikasi, persepsi bisa dikatakan sebagai inti komunikasi sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti persepsi yang identik penyandian-balik (*decoding*) dalam proses komunikasi. Hal ini tampak jelas dari definisi Lahlry (1977) “persepsi dapat didefinisikan sebagai proses dimana kita menafsirkan data sensoris yakni data yang diterima melalui lima indra kita” atau definisi Lindsay & Norman (1977) “persepsi adalah proses dimana organisme menginterpretasi dan mengorganisir sensasi untuk menghasilkan pengalaman yang berarti tentang dunia” (Jalaludin 2022).

Persepsi adalah suatu hal penting bagi manusia dalam menghadapi lingkungan sekitarnya, melibatkan pemahaman yang luas tentang apa yang terjadi di dalam dan di luar diri. Para ahli telah memberikan beragam definisi, namun pada dasarnya persepsi adalah tanggapan langsung terhadap sesuatu, proses menerjemahkan stimulus yang diterima oleh panca indera, serta pengorganisasian dan penginterpretasian stimulus menjadi sesuatu yang bermakna. Manusia memiliki sudut pandang yang

berbeda-beda dalam mempersepsikan hal-hal, baik itu positif maupun negatif, yang memengaruhi tindakan yang dilakukan. Respon atas persepsi bervariasi dan tergantung pada perhatian individu. Kecenderungan dalam melihat hal yang sama juga dapat dipengaruhi oleh pengetahuan, pengalaman, dan sudut pandang yang berbeda-beda. Persepsi terhubung dengan cara individu menafsirkan objek dengan alat indera yang dimiliki, dan dapat berupa file-file yang tersimpan dalam pikiran bawah sadar yang muncul saat ada stimulus yang memicunya. Sebagai hasil kerja otak, persepsi membantu manusia memahami atau menilai hal-hal yang terjadi di sekitarnya. Persepsi adalah pemahaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan yang diperoleh dengan mengumpulkan informasi dan menafsirkan pesan (Zamroni 2021).

Persepsi merupakan salah satu tahapan dari serangkaian proses pengolahan informasi pada diri manusia atau biasa disebut dengan komunikasi intrapersonal yaitu proses seseorang dalam menerima informasi, mengolahnya, menyimpannya dan menghasilkannya kembali. Persepsi adalah pengalaman tentang suatu peristiwa, objek, atau hubungan-hubungan yang dapat diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan (Rakhmat, 2018). Persepsi adalah memberikan makna pada stimulus indrawi (*sensory stimuli*). Sensasi merupakan bagian dari persepsi. Dalam menafsirkan makna informasi indrawi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga melibatkan atensi, ekspektasi, motivasi dan memori. Persepsi merupakan

suatu proses pengorganisasian, penginterpretasian terhadap suatu stimulus yang diterima oleh individu sehingga menjadi sesuatu yang berarti, dan merupakan aktivitas yang integrated dalam diri individu (Henry et al. 2020).

Respon sebagai akibat dari persepsi dapat berupa berbagai macam bentuk. Stimulus mana yang akan mendapatkan respon dari individu tergantung pada perhatian individu yang bersangkutan. Berdasarkan hal tersebut, jika perasaan, kemampuan berpikir, pengalaman-pengalaman yang dimiliki individu tidak sama, maka dalam mempersepsi sesuatu stimulus, hasil persepsi akan berbeda antar individu satu dengan individu lain. Definisi persepsi cenderung lebih bersifat psikologis daripada hanya suatu proses penginderaan saja. Persepsi mempunyai peran yang sangat penting dalam tercapainya atau keberhasilan komunikasi. Hal ini berarti bahwa, kecermatan dalam mempersepsikan stimulus indrawi dapat mengantarkan keberhasilan komunikasi. Sebaliknya, kegagalan dalam mempersepsi stimulus, menyebabkan mis-komunikasi (Khair 2021).

Khalayak Pasif

Khalayak pasif adalah kelompok audiens yang cenderung menerima pesan komunikasi tanpa banyak melakukan refleksi atau evaluasi terhadap informasi yang diterima. Mereka lebih bersifat pasif dalam menerima stimulus, hanya mengonsumsi pesan sebagaimana adanya tanpa upaya untuk menganalisis, mengkritisi, atau menggali lebih dalam. Dalam konteks ini, mereka tidak terlibat dalam interaksi aktif dengan pesan yang

disampaikan, seperti bertanya atau mencari informasi lebih lanjut untuk memverifikasi kebenaran atau relevansi pesan tersebut.

Khalayak pasif dianggap lebih mudah dipengaruhi dalam teori komunikasi karena kurangnya keterlibatan kognitif dalam proses penerimaan pesan. Karena mereka tidak secara aktif mencari perspektif alternatif atau mengevaluasi sumber informasi secara kritis, mereka lebih rentan terhadap manipulasi atau pengaruh eksternal. Pesan yang disampaikan dapat dengan mudah diterima begitu saja tanpa adanya penilaian atau perbandingan dengan informasi lain, yang membuat mereka lebih terbuka terhadap pengaruh media atau pihak yang menyampaikan pesan tersebut (Zhang, Z. R., & Cicala 2020).

Khalayak pasif dianggap sebagai audiens yang menerima informasi secara satu arah, tanpa terlibat dalam interaksi atau memberikan umpan balik terhadap pesan yang diterima. Mereka hanya menjadi penerima pasif dari informasi yang disampaikan oleh media atau pengirim pesan tanpa melakukan analisis mendalam atau refleksi kritis. Istilah ini sering dikaitkan dengan teori komunikasi awal, seperti teori jarum hipodermik (*hypodermic needle theory*) atau teori peluru ajaib (*magic bullet theory*). Dalam teori-teori ini, khalayak dipandang sebagai entitas yang sangat mudah dipengaruhi, di mana media dianggap memiliki pengaruh yang kuat dan langsung terhadap perilaku serta pola pikir audiens (Susanti et al. 2024).

Teori-teori ini menyarankan bahwa pesan yang disampaikan melalui media

akan secara langsung disuntikkan ke dalam pikiran audiens tanpa ada proses seleksi atau interpretasi yang signifikan. Dalam pandangan ini, khalayak dianggap tidak memiliki kapasitas untuk menolak atau mengubah pesan yang mereka terima, yang mengarah pada asumsi bahwa media memiliki kekuatan besar dalam membentuk opini dan perilaku. Meskipun pandangan ini telah banyak dikritik dan disempurnakan dengan teori komunikasi yang lebih kompleks, konsep khalayak pasif tetap relevan dalam memahami dinamika komunikasi, terutama dalam konteks pengaruh media terhadap audiens yang tidak kritis atau tidak aktif. (Soekartono 2020).

Gagasan tentang khalayak pasif sering kali relevan dalam konteks media tradisional seperti radio atau televisi, di mana audiens lebih cenderung menerima informasi secara satu arah tanpa terlibat aktif dalam proses komunikasi. Namun, perkembangan teknologi digital dan media sosial telah membawa perubahan signifikan dalam cara orang berinteraksi dengan media. Media baru memungkinkan audiens untuk lebih aktif, seperti memberikan komentar, membagikan konten, atau bahkan memproduksi konten mereka sendiri. Di era ini, audiens tidak hanya menjadi penerima pasif, tetapi juga dapat berperan sebagai produsen pesan yang memengaruhi penyebaran informasi (Nazri and Ahmad 2022).

METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah penelitian lapangan atau

field research dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah pendekatan ilmiah yang digunakan untuk memahami fenomena sosial dari sudut pandang yang mendalam dan kompleks. Metode ini bertujuan untuk menggali makna, motif, dan pola perilaku manusia melalui pengumpulan dan analisis data *non-numerik*, seperti teks dan gambar. Pendekatan kualitatif yang peneliti lakukan yakni melibatkan pengamatan langsung, wawancara mendalam untuk memahami konteks dan dokumentasi sebagai bukti dari dilakukannya penelitian. Tujuan utamanya adalah untuk menghasilkan pemahaman yang mendalam dan deskriptif tentang bagaimana dan mengapa suatu fenomena terjadi, sering kali menekankan pada keberagaman perspektif individu dan konteks sosial yang mempengaruhinya. Metode ini sangat relevan dalam studi ilmu sosial, humaniora, dan berbagai bidang penelitian di mana interpretasi dan makna memiliki peran yang krusial dalam pemahaman fenomena manusia (Handayani 2020).

Instrument Penelitian

Instrumen merupakan alat atau sarana yang digunakan dalam proses pengumpulan data untuk memudahkan pekerjaan penelitian dan menghasilkan hasil yang lebih baik, sehingga memudahkan pengolahan data. Instrumen penelitian merujuk pada panduan tertulis yang digunakan untuk melakukan wawancara, observasi, atau kumpulan pertanyaan dalam penelitian, yang disiapkan untuk memperoleh informasi. Instrumen ini dapat berupa pedoman

wawancara, pedoman observasi, kuesioner, atau pedoman dokumenter, tergantung pada metode penelitian yang digunakan. Pada penelitian ini, peneliti menjadi instrumen kunci yang mana peneliti akan melakukan pengumpulan data dan analisis data. Dalam melakukan kegiatan tersebut peneliti menggunakan instrumen pendukung seperti pedoman wawancara, , buku catatan, dan *handphone* (bidin A 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sinopsis Drama *Celebrity*

Drama Korea *Celebrity* mengisahkan perjalanan Seo Ah-ri (Park Gyu-young), seorang wanita muda yang memasuki dunia glamor para *influencer* media sosial. Bermula sebagai orang biasa, Ah-ri mendadak terkenal berkat kepribadiannya yang unik, kecerdasan, dan keberanian. Dengan cepat, ia menjadi salah satu figur paling berpengaruh di dunia digital Korea Selatan. Namun, ketenaran yang ia raih ternyata bukan hanya membawa kemewahan, tetapi juga konflik, intrik, dan bahaya yang mengintai di setiap langkah.

Ah-ri segera mendapati bahwa dunia *influencer* tidak seindah yang terlihat di permukaan. Di balik konten sempurna dan kehidupan mewah yang dipamerkan, ada manipulasi, pengkhianatan, dan persaingan sengit. Ketika popularitasnya melejit, ia harus menghadapi gosip, skandal, dan tekanan dari para pesaing yang ingin menjatuhkannya. Dalam perjalanannya, Ah-ri terlibat dalam berbagai skenario rumit, termasuk pengkhianatan dari teman terdekat dan

skandal besar yang hampir menghancurkan reputasinya.

Namun, Ah-ri tidak menyerah. Dengan keberanian dan kecerdasannya, ia mengungkap kebenaran di balik sisi gelap dunia *influencer*, termasuk skema manipulasi yang melibatkan banyak tokoh terkenal. Di tengah perjuangannya, Ah-ri menemukan makna sejati dari kesuksesan dan memilih untuk menjalani hidup dengan lebih autentik. Drama ini menggambarkan secara mendalam bagaimana ketenaran di era media sosial dapat memengaruhi kehidupan seseorang, baik secara positif maupun negatif, sambil menyampaikan pesan kuat tentang integritas dan kejujuran. *Celebrity* adalah cerita yang relevan, penuh emosi, dan menggugah pemikiran tentang realitas di balik dunia gemerlap.

Profil Sutradara

Kim Cheol-kyu, lahir pada tahun 1966 di Korea Selatan, adalah seorang sutradara dan produser terkemuka dalam industri hiburan Korea. Ia dikenal karena kemampuannya mengarahkan berbagai genre drama dengan kedalaman emosional dan narasi yang kuat. Karier dan Karya Terkenal yang telah ia raih, Kim Cheol-kyu dikenal karena pendekatannya yang detail dalam pengembangan karakter dan kemampuannya menciptakan atmosfer yang mendalam dalam setiap karyanya. Ia sering mengeksplorasi tema-tema kompleks dan emosional, memberikan pengalaman menonton yang mendalam bagi penonton.

Penghargaan yang pernah diraih oleh Kim Cheol-kyu adalah Baeksang Arts Awards ke-57 (2021) kategori

penghargaan Sutradara Terbaik untuk "*Flower of Evil*". Dengan portofolio yang kaya dan beragam, Kim Cheol-kyu terus menjadi salah satu sutradara paling berpengaruh dalam industri drama Korea, menghadirkan karya-karya yang tidak hanya menghibur tetapi juga menggugah pemikiran.

Persepsi Gen Z terhadap Drama Korea dalam Serial *Celebrity*

Penelitian mengenai Persepsi Gen Z Terhadap Serial drama Korea *Celebrity* menunjukkan adanya persepsi positif terhadap tayangan ini. Beberapa temuan utama yang mendukung kesimpulan ini antara lain:

a. Relevansi dengan Kehidupan Gen Z

Drama ini dinilai sangat relevan dengan kehidupan Gen Z, terutama yang aktif di media sosial, karena berhasil menyajikan cerita yang mencerminkan realitas kehidupan mereka. Drama ini mengangkat tema tekanan sosial, persaingan untuk mendapatkan pengakuan, dan pencitraan di dunia maya—semua hal yang menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari generasi muda saat ini.

b. Pengaruh media sosial

Drama ini berhasil menyoroti dampak positif dan negatif media sosial secara realistis, sehingga penonton menjadi lebih sadar akan pentingnya menggunakan media sosial secara bijak. Alami dan berhasil membangun emosi yang mendalam, sehingga dia benar-benar bisa merasakan apa yang dialami oleh pemain tersebut.

c. Kualitas Akting dan Alur Cerita yang Menarik

Drama *Celebrity* mendapat apresiasi tinggi berkat alur ceritanya yang penuh kejutan dan ketegangan, yang mampu menarik perhatian penonton dari awal hingga akhir. Setiap episode dirancang dengan penuh ketelitian, membawa penonton pada perjalanan emosional yang tak terduga. Konflik yang dihadapi oleh karakter-karakter utama tidak hanya berkisar pada permasalahan pribadi, tetapi juga terkait dengan dunia maya, media sosial, dan tekanan untuk memenuhi ekspektasi publik. Kejutan-kejutan yang muncul sepanjang cerita membuat penonton selalu penasaran, ingin mengetahui apa yang akan terjadi selanjutnya, dan bagaimana karakter-karakter tersebut akan menghadapinya.

d. Pesan Moral yang Mendalam

Banyak informan merasa bahwa drama *Celebrity* memberikan pelajaran penting yang dapat mempengaruhi cara pandang dan perilaku mereka dalam berinteraksi dengan dunia maya. Salah satu pesan utama yang disampaikan dalam drama ini adalah untuk tidak mudah terjebak dalam ilusi dunia maya. Dalam era digital, di mana banyak orang berlomba-lomba untuk menciptakan citra sempurna di media sosial, *Celebrity* mengingatkan penonton bahwa kehidupan di balik layar sering kali tidak seperti yang terlihat. Drama ini menunjukkan bagaimana tekanan untuk selalu tampil sempurna bisa mengarah pada kerusakan emosional dan kehilangan diri sendiri.

1. Faktor faktor yang mempengaruhi Persepsi Gen Z Terhadap Serial Drama Korea *Celebrity*

Pembahasan

Pembahasan merupakan bagian penting dalam penulisan skripsi yang berfungsi untuk menguraikan hasil penelitian dan menganalisis temuan-temuan yang diperoleh dari penelitian tersebut. Peneliti telah melakukan pengamatan dan wawancara serta dokumentasi mengenai Persepsi Gen Z Terhadap Serial Drama Korea *Celebrity*. Berdasarkan temuan penelitian dapat diuraikan sebagai berikut:

Pengalaman Penonton

Di tengah popularitas drama Korea yang terus meningkat, serial *Celebrity* hadir sebagai tontonan yang menawarkan lebih dari sekadar hiburan, namun juga jendela yang mengintip kehidupan glamor sekaligus kompleks di balik gemerlap dunia selebriti, sebuah dunia yang bagi sebagian besar dari kita hanya dapat diakses melalui layar kaca maupun linimasa media sosial, sehingga memicu rasa ingin tahu yang besar akan dinamika yang terjadi di dalamnya, terutama bagi Gen Z yang tumbuh besar di era digital dan memiliki akses tak terbatas ke informasi. Gen Z, yang tumbuh besar dengan internet dan media sosial, memiliki pengalaman dan perspektif unik dalam menanggapi konten media, termasuk drama Korea. *Celebrity*, dengan tema kehidupan selebriti yang glamor namun kompleks, menjadi studi kasus yang relevan untuk mengkaji bagaimana nilai-nilai, norma, dan realitas sosial

терперепси oleh Gen Z melalui media hiburan.

Sebagai generasi yang tumbuh besar di era digital, Gen Z memiliki kedekatan yang unik dengan media sosial dan budaya populer, termasuk drama Korea. Serial *Celebrity* hadir sebagai representasi yang menarik tentang kehidupan selebriti di era digital, di mana batasan antara kehidupan pribadi dan profesional semakin kabur, sehingga memicu berbagai persepsi dan interpretasi di kalangan Gen Z sebagai penonton yang aktif dan kritis dalam mengonsumsi konten media

Pengalaman menonton drama bukanlah sekadar aktivitas pasif menerima informasi. Penonton, termasuk Gen Z, secara aktif terlibat dalam proses konstruksi makna. Mereka tidak hanya menonton, tetapi juga menafsirkan, mengevaluasi, dan menghubungkan cerita dengan pengalaman pribadi, pengetahuan, dan nilai-nilai yang mereka anut. Dalam konteks *Celebrity*, pengalaman menonton Gen Z dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain:

a. Latar belakang sosial dan budaya

Gen Z di berbagai negara atau wilayah memiliki latar belakang sosial dan budaya yang berbeda, yang dapat memengaruhi interpretasi mereka terhadap drama.

b. Pengalaman pribadi

Pengalaman pribadi terkait dengan media sosial, popularitas, atau isu-isu yang diangkat dalam drama dapat memengaruhi bagaimana Gen Z merespons cerita.

c. Nilai-nilai pribadi

Nilai-nilai yang dianut oleh Gen Z, seperti individualisme, kesetaraan, atau

keadilan, dapat menjadi lensa dalam menafsirkan pesan-pesan yang disampaikan dalam drama.

d. Interaksi sosial

Diskusi dengan teman, keluarga, atau komunitas online tentang drama dapat membentuk atau mengubah persepsi individu.

Persepsi Gen Z terhadap Serial Drama Korea *Celebrity*

Persepsi Gen Z Terhadap Serial drama Korea *Celebrity* menunjukkan adanya pandangan yang sangat positif terhadap tayangan ini. Drama tersebut berhasil menarik perhatian Gen Z karena relevan dengan kehidupan generasi z, pentingnya menggunakan media sosial secara bijak, kualitas acting dan alur cerita yang menarik dan pesan moral yang mendalam.

Gen Z, yang tumbuh di tengah era digital sangat akrab dengan topik-topik seperti pencitraan diri, persaingan di dunia maya, dan manipulasi konten media sosial. Drama ini tidak hanya mengangkat isu-isu tersebut secara realistis, tetapi juga menyajikannya dengan pendekatan emosional yang mampu menggugah perasaan penonton. Dalam alur ceritanya, *Celebrity* menghadirkan karakter-karakter yang mewakili berbagai tantangan dan dilema yang dihadapi oleh individu di dunia digital, seperti tekanan untuk menjadi terkenal, menjaga citra yang sempurna, dan menghadapi konsekuensi dari popularitas. Gen Z merasa terhubung dengan cerita yang disajikan, karena drama ini tidak hanya menghibur, tetapi juga memberikan cerminan tentang realitas kehidupan mereka. Melalui cerita

yang menyentuh, *Celebrity* berhasil menyoroti dampak positif dan negatif media sosial, serta mendorong penonton untuk merenungkan bagaimana mereka memandang dan memanfaatkan *Platform* digital dalam kehidupan sehari-hari. Lebih dari sekadar hiburan, *Celebrity* menjadi medium yang relevan untuk mendiskusikan isu-isu sosial di era modern, membuatnya menjadi salah satu drama yang tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga meninggalkan kesan mendalam bagi generasi muda.

Penelitian ini secara komprehensif menggambarkan bagaimana Gen Z mempersepsikan serial drama Korea "*Celebrity*," sebuah drama yang mengangkat sisi gelap dunia selebriti dan pengaruh media sosial. Temuan penelitian menyoroti bahwa Gen Z memiliki persepsi yang kompleks dan beragam terhadap drama ini, mencerminkan karakteristik mereka sebagai generasi yang tumbuh di era digital dan *Korean Wave*. Daya tarik drama Korea secara umum bagi Gen Z terletak pada cerita yang *relatable*, visual yang memukau, dan nilai-nilai positif yang disajikan. "*Celebrity*," sebagai salah satu drama yang populer, berhasil menarik perhatian karena plotnya yang menegangkan dan karakter yang kompleks. Namun, Gen Z juga menunjukkan sikap kritis terhadap drama ini, menyoroti adanya harapan akan kualitas yang lebih baik dan representasi yang lebih realistis. Drama ini dianggap sebagai cerminan masyarakat yang mengedepankan penampilan dan pengakuan, dengan fenomena FOMO yang juga tergambar di dalamnya. Meskipun demikian, *Celebrity* juga

memberikan dampak positif, mendorong refleksi diri tentang penggunaan media sosial dan dampaknya terhadap kehidupan. Drama ini membantu Gen Z memahami kompleksitas kehidupan selebriti, baik suka maupun dukanya, dan memotivasi mereka untuk meraih kesuksesan dengan cara yang benar. Secara keseluruhan, penelitian ini mengungkap bahwa Gen Z tidak hanya melihat drama ini sebagai hiburan semata, tetapi juga sebagai pembelajaran sosial yang relevan dengan kehidupan mereka.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Dalam teori persepsi menurut (Jalaludin 2022) dalam bukunya Psikologi Komunikasi ada dua faktor yang menentukan persepsi yakni, faktor fungsional dan faktor struktural.

a. Faktor Fungsional

Dalam konteks teori persepsi psikologi komunikasi, faktor fungsional merujuk pada bagaimana individu menggunakan informasi atau stimulus untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam hal ini, persepsi Gen Z terhadap serial drama Korea *Celebrity* tidak hanya berhenti pada apa yang mereka lihat atau dengar, tetapi juga bagaimana mereka memanfaatkan informasi tersebut dalam kehidupan sehari-hari.

b. Faktor Struktural

Dalam konteks teori persepsi psikologi komunikasi, faktor struktural merujuk pada elemen-elemen fisik atau pesan yang secara langsung memengaruhi bagaimana individu mempersepsikan dan menginterpretasikan informasi.

Terkait dengan serial drama Korea *Celebrity*, faktor struktural ini mencakup berbagai aspek, mulai dari alur cerita, karakter, visual, hingga gaya penyutradaraan. Persepsi Gen Z sebagai kelompok demografi yang tumbuh di era digital dan memiliki karakteristik unik, tentu akan dipengaruhi oleh bagaimana faktor-faktor struktural ini disajikan dalam drama.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang peneliti lakukan pada Gen Z kota batusangkar maka dapat disimpulkan Drama *Celebrity* berhasil menarik perhatian Gen Z karena tema yang relevan dengan kehidupan mereka, terutama dalam konteks dunia media sosial. Drama ini memberikan pandangan mendalam tentang bagaimana media sosial memengaruhi kehidupan pribadi, citra diri, dan tekanan untuk tampil sempurna. Gen Z, yang tumbuh di era digital, dapat dengan mudah mengidentifikasi diri mereka dengan isu-isu yang diangkat, seperti pencitraan diri, persaingan di dunia maya, dan manipulasi media sosial. Selain itu, *Celebrity* juga menyoroti kecemasan sosial, pencarian validasi online, dan konflik identitas, yang merupakan tantangan umum di kalangan generasi muda.

Dari segi teknis, kualitas produksi *Celebrity* patut diapresiasi. Sinematografi yang memukau, pemilihan musik yang mendukung suasana, serta akting para pemain, terutama pemeran utama, menciptakan pengalaman menonton yang

emosional dan autentik. Alur cerita yang penuh kejutan dan twist membuat drama ini menarik untuk diikuti hingga akhir. Namun, meski memiliki banyak kelebihan, *Celebrity* juga memiliki beberapa kelemahan yang patut dicatat. Beberapa bagian cerita dianggap terlalu dramatis dan kurang realistis, terutama dalam menggambarkan konflik media sosial. Selain itu, penyelesaian cerita yang terasa terburu-buru meninggalkan beberapa pertanyaan besar tanpa jawaban yang memadai, yang membuat sebagian penonton merasa kurang puas.

Meskipun begitu, kelemahan tersebut tidak mengurangi dampak positif yang dihasilkan drama ini. *Celebrity* berhasil menciptakan ruang bagi penontonnya untuk merefleksikan hubungan mereka dengan media sosial, sekaligus meningkatkan kesadaran akan pentingnya menjaga kesehatan mental. Drama ini menawarkan hiburan yang bermakna dan pembelajaran sosial yang relevan bagi generasi muda, menjadikannya tontonan yang bernilai meski dengan beberapa kekurangan. Secara keseluruhan, *Celebrity* adalah drama yang mampu menghibur sekaligus menyampaikan pesan moral yang penting dalam menghadapi tantangan dunia digital.

KEPUSTAKAAN ACUAN

- Agama, Pendidikan, Islam Di, And M A N Medan. 2022. "Implementasi Metode Outdoor Learning Dalam Peningkatan Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Agama Islam Di Man 1 Medan." *Jurnal Penelitian, Pendidikan Dan Pengajaran: Jppp* 3(2): 147–53. Doi:10.30596/Jppp.V3i2.11758.
- Amanda, Marcella, And Cynthia Michellita. 2021. "Persepsi Gen Z Terhadap Pengaruh Media Sosial Dalam Intensi Pembelian Makanan Vegetarian Ala Korea Pada Bisnis Rice Bowl In . Yo." 4(1): 38–52.
- Ananda Muhamad Tri Utama. 2022. "Strategi Korea Selatan Dalam Melakukan Nation Branding Melalui Korean Wave Di Amerika Serikat Pada Tahun 2008-2021." 9: 356–63.
- Arismunandar, S. 2013. "Teknik Wawancara Jurnalistik." *Academia* 4: 1–9.
- Bidin A. 2017. "Instrumen Pengumpulan Data." 4(1): 9–15.
- Christiani, L.C, And P.N Iksari. 2020. "Gen Z Dan Pemeliharaan Relasi Antar Generasi Dalam Perspektif Budaya Jawa. Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media, 4(2), 84–105." *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 4(2): 84–105.
- Hamzah, Agus Dan Maharani. 2021. "Lgbt Dalam Perspektif Deontologi Immanuel Kant".
- Handayani, Ririn. 2020. Bandung *Metode Penelitian Sosial*.
- Henry, D., M. Ackerman, E. Sancelme, A. Finon, E. Esteve, Lawrence Chukwudi Nwabudike, L Brancato, Et Al. 2020. "Analisis Persepsi Masyarakat Terhadap Pertambangan Emas Tanpa Izin Dan Dampaknya Di Kecamatan Tebo Ulu." *Journal Of The European Academy Of Dermatology And Venereology* 34(8): 709.E1-709.E9.

- Iryana. 1990. "Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif." *Budidaya Ayam Ras Petelur (Gallus Sp.)* 21(58): 99–104.
- Jalaludin, Rakhmat. 2022. "Psikologi Komunikasi" In Bandung, Pt Remaja Rosdakarya, Hal.50.
- Khair, Fathul. 2021. "Peran Publik Figur Dalam Optimalisasi Penghimpunan Zakat, Infaq Dan Sedekah Di Kabupaten Tolitoli." *Jeksyah (Islamic Economics Journal)* 1(1): 1–15. Doi:10.54045/Jeksyah.V1i1.4.
- Nazri, Nazra Aliff, And Abdul Latiff Ahmad. 2022. "An Analysis On The Cultural Content Of Korean Adaptation Dramas In Malaysia." *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal Of Communication* 38(4): 286–302. Doi:10.17576/Jkmjc-2022-3804-16.
- Panuju, R. 2019. "Pengantar Studi Komunikasi (Ilmu) Komunikasi Sebagai Kegiatan Komunikasi Sebagai Ilmu Pertama". Jakarta: Prenadamedia Group."
- Rahmani, Siti Annisa. 2020. "Pengaruh Isi Pesam Drama Korea 'Celebrity' Terhadap Kepercayaan Followers."
- Rudi S, Dkk. 2013. "Upt . Perpustakaan Universitas Tanjungpura Scholar Perception Of Library Tanjungpura University." *Jurnal Tesis Pmis-Untan-Pss-2013*: 1–12.
- Saleh. 2019. "Psikologi Suatu Pengantar Dalam Pesspektif Islam". Jakarta: Kencana."
- Saputra, Rangga Julio Ihksan. 2023. "Kecakapal Literasi Digital Mahasiswa Pengguna Fitur Add Yours." *Jurnal Kaganga: Jurnal Ilmiah Sosial Dan Humaniora* 7(1): 38–46. Doi:10.33369/Jkaganga.7.1.38-46.
- Sari, Meita Sekar, And Muhammad Zefri. 2019. "Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan, Dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Kualitas Pengelola Dana Kelurahan Di Lingkungan Kecamatan Langkapura." *Jurnal Ekonomi* 21(3): 311.
- Sekar Arum, Lingga, Amira Zahrani, And Nickyta Arcindy Duha. 2023. "Karakteristik Gen Z Dan Kesiapannya Dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030" *Accounting Student Research Journal* 2(1): 59–72. Doi:10.62108/Asrj.V2i1.5812.
- Simanjuntak, Ramadhan &. 2018. "Gen Z." *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 10(5): 20–43
- Soekartono. 2020. "Smart Information Towards Change,Bmtek-Refence-Ppid. Available" At: <https://tonz94.com/pers/opini-publik/> (Accessed: 2 March 2021)."
- Susanti, Eni, Mu'min Mu'min, Dwi Rianisa Mausili, Muhammad Sajidin, And Abdul Hafid. 2024. "Pengaruh Budaya Populer Di Kalangan Pemuda Dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Budaya Komunitas Etnik (Studi Tentang Korean Wave Di Komunitas Suku Mandar, Provinsi Sulawesi Barat)." *Jurnal Ketahanan Nasional* 29(3): 291–312. Doi:10.22146/Jkn.88415.
- Tuhovsky, I. (. 2020. "Effective Communication Skills Mastery Bible. Positive P. Libgen."

- Walgito. 2019. "Pengantar Psikologi Umum." *Jurnal Penelitian, Pendidikan Dan Pengajaran*.
- Wang, L., & Lee, J. H. 2020. . "The Impact Of K-Beauty Social Media Influencers, Sponsorship, And Product Exposure On Consumer Acceptance Of New Products. Fashion And Textiles, 8(1).Doi:10.1186/S40691-020-00239-0."
- Zamroni. 2021. "Persepsi Masyarakat Terhadap Tayangan Debat Calon Presiden Republik Indonesia Periode 2019-2024, Di Stasiun Tv Nasional, Pada Masyarakat Rt. 33 Rw. 13 Kelurahan Ii Ilir, Kecamatan Ilir Timur Ii Palembang." *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.: 2013–15.
- Zhang, Z., Jiménez, F. R., & Cicala, J. E. 2020. "Fear Of Missing Out Scale: A Self-Concept Perspective. *Psychology & Marketing*", 37(11), 1619–1634.
<https://doi.org/10.1002/Mar.21406>.