
Analisis Resepsi Penggemar K-Drama terhadap Adaptasi *A Business Proposal* Versi Indonesia

Salwia¹, Gibbran Prathisara²

^{1,2}Ilmu Komunikasi, Fakultas Sastra Budaya dan Komunikasi, Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta, Indonesia

Email: ¹salwiahilal@gmail.com, ²gibbran.prathisara@comm.uad.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the audience reception of K-Drama fans toward the Indonesian adaptation of A Business Proposal. The research employs a qualitative approach using reception analysis based on Stuart Hall's theory, particularly through the concepts of encoding and decoding. Data were collected through in-depth interviews with ten informants who are active K-Drama viewers. The findings indicate that audience interpretations are diverse and are influenced by their experience of watching the original version, expectations toward the adaptation, as well as their social and cultural backgrounds. The analysis identifies three decoding positions: dominant, negotiated, and oppositional. The dominant position is reflected in audiences who accept the intended meaning constructed by the producers and perceive the adaptation as still relevant within the local context. However, the negotiated and oppositional positions are more prevalent. In the negotiated position, audiences accept the core narrative but express criticism toward emotional delivery, dialogue, and production quality. Meanwhile, the oppositional position reflects a rejection of the adaptation, as it is perceived as failing to adequately represent the essence of the original version. These findings confirm that audiences play an active role in interpreting media texts.

Keywords: Audience Reception, Cultural Adaptation, K-Drama, Encoding Decoding, Stuart Hall

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis resepsi penggemar K-Drama terhadap adaptasi *A Business Proposal* versi Indonesia. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis resepsi berdasarkan teori Stuart Hall melalui konsep encoding dan decoding. Data diperoleh melalui wawancara mendalam terhadap sepuluh informan yang merupakan penonton aktif K-Drama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemaknaan audiens bersifat beragam dan dipengaruhi oleh pengalaman menonton versi asli, ekspektasi terhadap adaptasi, serta latar belakang sosial dan budaya. Analisis mengidentifikasi tiga posisi pemaknaan, yaitu dominan, negosiasi, dan oposisi. Posisi dominan ditunjukkan oleh audiens yang menerima pesan sesuai dengan maksud pembuat dan menilai adaptasi tetap relevan dalam konteks lokal. Namun, posisi negosiasi dan oposisi lebih dominan. Pada posisi negosiasi, audiens menerima inti cerita tetapi memberikan kritik terhadap aspek emosional, dialog, dan kualitas produksi. Sementara itu, posisi oposisi menunjukkan penolakan terhadap adaptasi karena dianggap belum

mampu merepresentasikan esensi versi asli secara optimal. Temuan ini menegaskan bahwa audiens berperan aktif dalam memaknai teks media.

Kata Kunci: Resepsi Audiens, Adaptasi Budaya, K-Drama, Encoding Decoding, Stuart Hall

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, fenomena *Korean Wave* atau Hallyu telah berkembang menjadi salah satu elemen penting dalam dinamika budaya populer termasuk di Indonesia. Hallyu mengacu pada meningkatnya popularitas produk budaya Korea Selatan yang meliputi musik (K-Pop), film, kuliner, fesyen, hingga drama Korea (K-Drama) yang tersebar luas melalui media digital dan platform streaming. (Valenciana & Pudjibudojo, 2022). K-Drama menjadi salah satu produk budaya yang paling diminati karena menawarkan kualitas produksi yang tinggi, alur cerita yang kuat, serta kedalaman emosional yang mampu membangun keterikatan dengan penonton (Permata et al., 2025). Selain itu, kekuatan karakter, estetika visual, serta keberagaman genre menjadikan K-Drama sebagai referensi hiburan yang memiliki daya tarik luas di berbagai kalangan (Can, 2023). Kondisi ini secara tidak langsung membentuk preferensi dan ekspektasi audiens Indonesia terhadap standar kualitas tayangan audiovisual.

Meningkatnya popularitas K-Drama mendorong industri hiburan untuk melakukan strategi adaptasi terhadap karya-karya populer tersebut kedalam versi lokal. (Putri et al., 2019). Adaptasi lintas budaya ini tidak hanya melibatkan penerjemahan bahasa, tetapi juga penyesuaian nilai, norma, serta realitas sosial budaya agar relevan dengan kehidupan masyarakat Indonesia. Salah satu contoh adaptasi tersebut adalah drama *A Business Proposal*, yang merupakan drama komedi romantis populer asal Korea Selatan pada tahun 2022. Versi aslinya dikenal dengan alur cerita yang ringan namun emosional, didukung oleh chemistry antarpemain dan penyajian humor yang kuat. Namun, adaptasi versi Indonesia justru memunculkan beragam respons, khususnya dari penggemar K-Drama. Berbagai kritik muncul di media sosial, seperti penilaian terhadap kualitas akting yang kurang meyakinkan, dialog yang terasa kaku, serta alur cerita yang dinilai tidak mampu mengadaptasi konteks budaya secara optimal. Selain itu, pernyataan salah satu pemeran utama yang mengaku tidak menonton versi asli turut memicu kekecewaan publik dan memperkuat persepsi bahwa proses adaptasi dilakukan tanpa pemahaman mendalam terhadap sumber aslinya.

Media online seperti Kumparan juga turut menyoroti kontroversi ini. Dalam artikelnya yang berjudul “Remake dan Kontroversinya: Studi Kasus *A Business Proposal* Versi Indonesia”, melaporkan bahwa banyak warganet menilai remake ini tidak hanya gagal menyampaikan pesona versi aslinya, tetapi juga terasa tidak autentik dan kehilangan jiwa dari karya asalnya. Kritik tersebut membuka diskursus publik tentang bagaimana masyarakat Indonesia menanggapi hasil adaptasi budaya populer asing, terutama ketika proses adaptasi dianggap tidak menghormati atau memahami dengan baik sumber aslinya (SETIAWAN, 2025).

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa adaptasi budaya populer tidak hanya bergantung pada keberhasilan reproduksi cerita, tetapi juga pada bagaimana audiens memaknai hasil adaptasi tersebut. Dalam konteks ini, konsep *cultural proximity* menjadi penting untuk dipertimbangkan. Cultural proximity menjelaskan bahwa kedekatan budaya antara teks media dan audiens dapat memengaruhi tingkat penerimaan, namun tidak selalu menjamin keberhasilan adaptasi (Cattrysse, 2017). Bahkan, dalam beberapa kasus, kedekatan budaya justru dapat memunculkan resistensi ketika audiens memiliki referensi kuat terhadap versi asli. Penelitian (Cattrysse, 2017) juga menunjukkan bahwa cultural

proximity berperan dalam membentuk keterlibatan audiens, yang pada akhirnya memengaruhi cara mereka memaknai dan merespons teks media. Ketika kedekatan budaya tidak tercapai secara optimal, audiens cenderung mengalami jarak emosional yang berdampak pada penilaian terhadap kualitas adaptasi.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah mengkaji fenomena Korean Wave dan popularitas K-Drama di Indonesia. Namun, kajian tersebut umumnya masih berfokus pada aspek konsumsi, preferensi audiens, serta pengaruh budaya Korea terhadap gaya hidup masyarakat (Valenciana & Pudjibudojo, 2022, Permata et al., 2025). Di sisi lain, penelitian mengenai adaptasi budaya lebih banyak menyoroti strategi industri dalam mengadaptasi karya global ke konteks lokal (Putri et al., 2019), tanpa secara mendalam mengkaji bagaimana audiens memaknai hasil adaptasi tersebut.

Dengan demikian, terdapat kekosongan kajian dalam memahami bagaimana audiens, khususnya penggemar K-Drama, memaknai adaptasi lintas budaya yang mereka konsumsi. Padahal, dalam konteks perkembangan industri media saat ini, adaptasi menjadi strategi yang semakin umum digunakan, sehingga pemahaman terhadap resepsi audiens menjadi krusial. Terlebih lagi, kasus *A Business Proposal* versi Indonesia menghadirkan dinamika yang menarik karena melibatkan audiens yang telah memiliki referensi kuat terhadap versi asli, sehingga berpotensi menghasilkan pemaknaan yang beragam, mulai dari penerimaan hingga penolakan.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Resepsi (Stuart Hall)

Dalam perspektif Stuart Hall, teori resepsi menempatkan audiens sebagai subjek yang berperan aktif dalam proses pemaknaan pesan media. Makna dipahami sebagai hasil konstruksi antara teks media dan audiens, bukan semata-mata ditentukan oleh pembuat pesan. Dengan demikian, proses komunikasi bersifat dinamis dan tidak linier, karena dipengaruhi oleh perbedaan latar belakang sosial, budaya, pengalaman, serta pengetahuan yang dimiliki oleh setiap individu. (Delya et al., 2022).

Model *encoding/decoding* yang dikembangkan oleh Hall (1980) menjelaskan bahwa pesan media dibentuk melalui proses *encoding*, yaitu ketika pembuat media menyusun makna berdasarkan nilai dan ideologi tertentu, serta dipahami melalui proses *decoding*, yakni saat audiens menafsirkan isi pesan sesuai dengan latar belakang, pengalaman, dan kerangka referensi yang mereka miliki (Ratney, 1938). Dalam proses *decoding*, Hall membagi posisi audiens ke dalam tiga kategori, yaitu *dominant-hegemonic*, *negotiated*, dan *oppositional*. Posisi dominan merujuk pada kondisi ketika audiens menerima makna sesuai dengan yang dikonstruksi oleh pembuat media. Posisi negosiasi terjadi ketika audiens tidak sepenuhnya menerima pesan, melainkan menafsirkannya dengan menyesuaikan pengalaman dan perspektif pribadi. Sementara itu, posisi oposisi menunjukkan bahwa audiens menolak makna yang disampaikan dan membangun pemahaman alternatif yang berbeda dari maksud awal pembuat pesan. (Noviadhista et al., 2019).

Pendekatan ini relevan untuk digunakan dalam penelitian ini karena memungkinkan analisis terhadap bagaimana penggemar K-Drama memaknai adaptasi lokal berdasarkan pengalaman, ekspektasi, serta referensi mereka terhadap versi asli.

Adaptasi Budaya dalam Media

Adaptasi budaya adalah proses mentransformasikan suatu karya dari satu latar budaya ke latar budaya lain dengan melakukan penyesuaian tertentu agar sesuai dan relevan dengan audiens lokal. Proses ini melibatkan interaksi sosial serta penyesuaian terhadap nilai, norma, dan simbol budaya dalam lingkungan baru (Yosephin & Winduwati, 2021). Dalam perspektif komunikasi antarbudaya, adaptasi muncul ketika terdapat perbedaan

latar belakang budaya yang menuntut individu maupun produk budaya untuk menyesuaikan diri dengan konteks yang berbeda (Sumaryanto & Ibrahim, 2023). Oleh karena itu, dalam industri media, adaptasi sering dilakukan terhadap karya yang telah sukses secara global sebagai strategi untuk memperluas jangkauan pasar sekaligus menyesuaikan konten dengan karakteristik audiens lokal.

Proses adaptasi tidak hanya melibatkan penerjemahan bahasa, tetapi juga transformasi nilai, norma, serta konteks sosial budaya. Ketidakseimbangan dalam proses ini dapat memunculkan ketidakpuasan audiens, terutama bagi mereka yang telah memiliki keterikatan dengan versi asli (Fithratullah et al., 2024). Dalam konteks adaptasi K-Drama di Indonesia, perbedaan budaya, gaya komunikasi, serta ekspektasi terhadap kualitas produksi menjadi tantangan utama. Audiens yang telah memiliki pengalaman menonton versi asli cenderung melakukan perbandingan secara langsung, sehingga memengaruhi cara mereka memaknai hasil adaptasi (Alayya et al., 2023).

Korean Wave (Hallyu)

Korean Wave atau Hallyu merupakan fenomena penyebaran budaya populer Korea Selatan yang berkembang secara luas di tingkat global melalui perpaduan media massa konvensional dan platform digital modern. Di Indonesia, perkembangan Hallyu tidak sekadar tren sesaat, tetapi telah berkembang menjadi kekuatan sosial budaya yang berpengaruh terhadap perilaku serta pola konsumsi media masyarakat, khususnya di kalangan generasi muda. Kehadiran konten Korea di ruang digital telah membentuk ekosistem budaya baru yang menghapus batas-batas geografis dalam konsumsi hiburan, sehingga nilai-nilai yang dibawanya cenderung diterima dan diadopsi secara luas oleh audiens lokal (Islamiah et al., 2024).

Drama Korea (K-Drama), sebagai salah satu pilar utama dalam ekosistem Hallyu, telah berkembang menjadi media budaya populer yang memiliki pengaruh luas di tingkat global. Melalui penyebarannya, K-Drama tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga menjadi sarana difusi budaya yang mampu membentuk preferensi dan keterlibatan audiens secara aktif (Maulidya & Hidayat, 2023). Daya tarik K-Drama juga didukung oleh kualitas penyajian cerita yang menarik serta kemampuan membangun kedalaman emosional yang kuat sehingga mampu menciptakan keterikatan (engagement) dengan penontonnya. Selain itu, berbagai elemen seperti alur cerita yang terstruktur, pengembangan karakter, serta penyajian visual yang menarik turut memperkuat posisi K-Drama sebagai salah satu produk budaya populer yang diminati oleh audiens internasional.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Adapun definisi penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan yang menekankan pemahaman mendalam terhadap fenomena sosial melalui sudut pandang partisipan, dengan fokus pada makna dan interpretasi yang subjektif (Shita Chetrin Lavesia & Dian Marhaeni Kurdaningsih, 2025). Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis resepsi yang dikemukakan oleh Stuart Hall, analisis resepsi merupakan metode yang memfokuskan pada cara audiens memahami pesan media melalui lensa latar belakang sosial-budaya mereka, dengan memperhatikan proses encoding dan decoding (Delya et al., 2022).

Penelitian ini dilakukan di Yogyakarta pada tahun 2026. Objek penelitian adalah resepsi penonton terhadap adaptasi drama *A Business Proposal* versi Indonesia. Subjek penelitian terdiri dari individu yang merupakan penonton aktif K-Drama dengan latar belakang sosial dan budaya yang beragam, baik yang memberikan tanggapan positif maupun kritik terhadap adaptasi tersebut. Pemilihan informan dilakukan secara purposive dengan

kriteria: (1) pernah menonton versi asli (Korea), (2) telah menonton versi adaptasi Indonesia, dan (3) aktif mengonsumsi K-Drama. Jumlah informan dalam penelitian ini adalah 10 orang.

Jumlah 10 informan dalam penelitian ini dinilai memadai dalam penelitian kualitatif karena telah memenuhi prinsip data saturation, yaitu kondisi Ketika data yang diperoleh telah menunjukkan pola yang berulang dan tidak ditemukan informasi baru yang signifikan. Selain itu, pemilihan informan yang memiliki pengalaman langsung dalam menonton kedua versi drama memungkinkan diperolehnya data yang mendalam dan relevan dengan tujuan penelitian.

Tabel 1. Tabel Data Informan

Inisial	Usia	Intensitas	Alasan
NR	21-24	Tinggi	Membandingkan dengan versi Korea
RR	24-27	Tinggi	Menganalisis adaptasi
NH	21-24	Sedang	Hibran dan perbandingan
IR	21-24	Rendah	Rasa penasaran terhadap adaptasi
BE	15-18	Tinggi	Penggemar K-Drama
IN	24-27	Tinggi	Membandingkan versi asli dan adaptasi
AS	24-27	Tinggi	Ekspektasi terhadap adaptasi
YR	18-21	Sedang	Penasaran dengan versi lokal
AZ	24-27	Sedang	Hiburan
CH	24-27	Tinggi	Perbandingan dengan versi Korea

Teknik analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan. Pertama, reduksi data, yaitu proses menyederhanakan dan memfokuskan data hasil wawancara dengan memilih informasi yang relevan dengan tujuan penelitian. Kedua, kategorisasi data, yaitu mengelompokkan data ke dalam tema-tema tertentu berdasarkan kesamaan makna. Ketiga, interpretasi data, yaitu menghubungkan temuan dengan kerangka teori resepsi Stuart Hall untuk mengidentifikasi posisi pemaknaan audiens.

Proses analisis data dilakukan melalui tahapan *coding* yang sistematis. Pada tahap *open coding*, peneliti mengidentifikasi unit-unit makna dalam transkrip wawancara, seperti respons terhadap alur cerita, kualitas akting, dialog, serta kedalaman emosi. Selanjutnya, pada tahap *axial coding*, kode-kode tersebut dikelompokkan ke dalam kategori yang lebih luas, seperti persepsi terhadap kualitas produksi, pengalaman menonton versi asli, dan kedekatan budaya (*cultural proximity*).

Tahap *selective coding* dilakukan dengan menghubungkan kategori-kategori tersebut ke dalam tiga posisi pemaknaan audiens menurut Stuart Hall, yaitu dominan, negosiasi, dan oposisi. Proses ini dilakukan secara berulang dengan membandingkan antar data informan untuk memastikan konsistensi dan kedalaman interpretasi.

Untuk menjamin kredibilitas data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan hasil wawancara dari berbagai informan guna menemukan konsistensi maupun perbedaan pemaknaan. Selain itu, peneliti juga melakukan pengecekan ulang terhadap data wawancara untuk memastikan akurasi interpretasi yang dihasilkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian, penerimaan penonton terhadap film *A Business Proposal* versi Indonesia menunjukkan adanya beragam pemaknaan. Perbedaan pemaknaan tersebut dipengaruhi oleh pengalaman penonton dalam menyaksikan versi asli Korea, ekspektasi terhadap adaptasi, serta latar belakang yang dimiliki oleh masing-masing penonton (Delya et al., 2022). Fenomena Korean Wave berkontribusi dalam membentuk

preferensi serta ekspektasi audiens Indonesia terhadap produk budaya Korea, terutama drama Korea yang dipersepsikan memiliki standar produksi dan alur cerita yang berkualitas tinggi oleh para penontonnya (Valenciana & Pudjibudojo, 2022). Hal ini sejalan dengan teori encoding dan decoding yang dikemukakan oleh Stuart Hall, di mana audiens berperan aktif dalam menafsirkan pesan media.

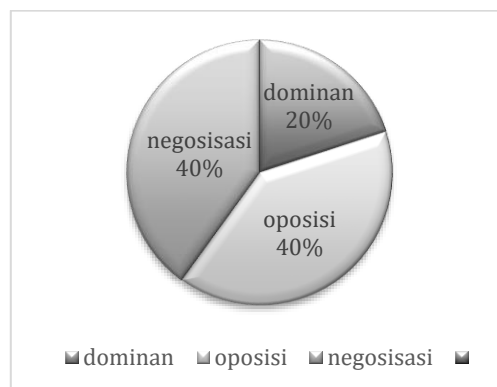
Temuan penelitian menunjukkan bahwa perbedaan pemaknaan juga berkaitan dengan pola konsumsi media dan kecenderungan audiens dalam membandingkan versi adaptasi dengan versi asli. Informan yang terbiasa mengonsumsi K-Drama secara intens dan melakukan perbandingan cenderung memiliki standar estetika yang lebih tinggi, terutama dalam aspek visual, dialog, dan pembangunan emosi. Sebaliknya, informan yang menonton sebagai bentuk hiburan cenderung lebih fleksibel dalam menerima adaptasi tanpa melakukan evaluasi yang terlalu mendalam.

Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa penonton tidak hanya sekadar bertindak sebagai penerima pesan secara pasif, melainkan juga melakukan proses interpretasi ulang berdasarkan pengalaman dan referensi yang mereka miliki. Sejumlah informan yang telah menonton versi Korea cenderung melakukan perbandingan secara langsung, yang kemudian memengaruhi penilaian terhadap aspek visual, dialog, hingga akting dalam versi Indonesia (Alayya et al., 2023).

Beberapa informan menilai bahwa kualitas visual dan sinematografi versi Indonesia masih berada di bawah kualitas versi Korea, bahkan dianggap kurang mampu membangun atmosfer cerita secara kuat. Selain itu, aspek dialog juga menjadi sorotan utama, di mana mayoritas informan menyatakan bahwa dialog dalam versi Indonesia masih terasa kaku dan kurang natural. Hal ini diungkapkan secara tegas oleh Responden 2 yang menyebut dialog “sangat kaku”, serta diperkuat oleh Responden 10 yang juga memberikan penilaian serupa.

Namun demikian, tidak semua informan memberikan penilaian negatif. Beberapa informan seperti Responden 3, 6, dan 8 menilai bahwa meskipun masih terdapat kekurangan, adaptasi ini tetap dapat dinikmati karena telah menghadirkan konteks lokal yang lebih dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Bahkan, Responden 9 dan 4 menilai bahwa film ini cukup menghibur, relevan, dan mampu menyampaikan pesan utama dengan baik.

Berdasarkan hasil analisis terhadap 10 informan, ditemukan bahwa 2 informan (20%) berada pada posisi dominan, 4 informan (40%) berada pada posisi negosiasi, dan 4 informan (40%) berada pada posisi oposisi. Distribusi ini menunjukkan bahwa penerimaan audiens terhadap film *A Business Proposal* versi Indonesia cenderung didominasi oleh posisi negosiasi dan oposisi, yang mengindikasikan adanya proses pemaknaan aktif serta kecenderungan kritis dalam menafsirkan teks media.



Gambar 1. Diagram Persentase Persepsi Responden terhadap Adaptasi *A Business Proposal* Versi Indonesia

Posisi Dominan

Posisi dominan merujuk pada keadaan ketika audiens menafsirkan pesan media dengan cara yang selaras dengan makna yang telah dikonstruksi oleh pembuat film, sehingga pesan tersebut diterima tanpa adanya penolakan (Noviadhista et al., 2019). Dalam penelitian ini, informan yang berada pada posisi dominan adalah Responden 4 dan Responden 9. Informan dalam kategori ini menunjukkan penerimaan yang relatif positif terhadap adaptasi A Business Proposal versi Indonesia. Responden 9 menyatakan bahwa “alur utama tetap jelas dan pesan cerita tetap tersampaikan”, sementara Responden 4 menilai bahwa film ini “tidak kalah menarik dibandingkan versi Korea” serta dialognya “terasa alami seperti film pada umumnya”.

Secara analitis, posisi ini dipengaruhi oleh cara audiens memposisikan film sebagai hiburan lokal, bukan sebagai teks perbandingan dengan versi asli. Informan dalam kategori ini cenderung tidak menjadikan versi Korea sebagai standar utama dalam menilai kualitas adaptasi, sehingga lebih mudah menerima makna yang ditawarkan oleh pembuat film.

Selain itu, kecenderungan untuk tidak melakukan perbandingan secara intens menunjukkan bahwa proses decoding yang terjadi lebih selaras dengan *preferred meaning*. Dalam konteks ini, *cultural proximity* berfungsi secara efektif, di mana elemen lokal yang dihadirkan dalam film mampu membangun keterhubungan dengan audiens tanpa memunculkan resistensi yang signifikan.

Posisi Negosiasi

Posisi ini menunjukkan bahwa penonton tidak sepenuhnya menerima maupun menolak pesan yang disampaikan oleh film, namun tetap melakukan penyesuaian, kritik, dan interpretasi berdasarkan pengalaman pribadi dan perbandingan dengan versi Korea. Informan yang termasuk dalam kategori ini adalah Responden 1, 3, 6, dan 8.

Responden 1 menyatakan, “Sebenarnya bukan gagal, tapi masih kurang. Dialognya terasa kaku, apalagi kalau sudah nonton versi Korea, kerasa banget bedanya.” Pernyataan ini menunjukkan bahwa pengalaman menonton versi asli menjadi acuan utama dalam mengevaluasi kualitas adaptasi. Informan tidak serta-merta menolak film, tetapi melakukan perbandingan yang menghasilkan penilaian kritis terhadap aspek dialog.

Hal serupa juga diungkapkan oleh Responden 3 yang menyatakan, “Cukup berhasil, karena alur utama dan konsep ceritanya tetap dipertahankan, meskipun penyampaian emosi dan detailnya belum sekuat versi Korea.” Kutipan ini menunjukkan adanya penerimaan terhadap struktur cerita, namun disertai kritik terhadap kedalaman emosi.

Sementara itu, Responden 6 memberikan perspektif yang lebih reflektif dengan menyatakan, “Masih bisa dinikmati, apalagi ada unsur lokal seperti warteg atau gaya humor Indonesia.” Hal ini menunjukkan bahwa elemen lokal mampu menciptakan keterhubungan dengan audiens, meskipun tidak sepenuhnya menggantikan ekspektasi terhadap kualitas versi asli.

Secara analitis, posisi negosiasi muncul akibat adanya ketegangan antara ekspektasi global yang dibentuk oleh versi asli dan penerimaan terhadap konteks lokal dalam versi adaptasi. Informan dalam kategori ini memiliki pengalaman menonton versi Korea, sehingga memiliki standar tertentu terhadap kualitas produksi, namun tetap mampu mengapresiasi upaya adaptasi yang dilakukan.

Hal ini menunjukkan bahwa *cultural proximity* bersifat ambivalen. Di satu sisi, kedekatan budaya melalui elemen lokal mampu meningkatkan keterhubungan audiens dengan cerita. Namun di sisi lain, kedekatan tersebut tidak cukup kuat untuk menggantikan ekspektasi terhadap kualitas produksi versi asli. Dengan demikian, posisi negosiasi dapat dipahami sebagai bentuk kompromi makna antara referensi global dan pengalaman lokal dalam proses decoding.

Posisi Oposisi

Posisi oposisi merupakan posisi ketika penonton menolak atau memaknai pesan secara berbeda dari yang dimaksudkan oleh pembuat film. Dalam penelitian ini, informan yang berada pada posisi oposisi adalah Responden 2, 5, 7, dan 10.

Informan dalam kategori ini cenderung memberikan kritik yang lebih tajam terhadap aspek film. Responden 2 secara tegas menyatakan bahwa “penataan warna, komposisi frame, serta detail produksi pada versi Korea terasa lebih konsisten... sementara versi Indonesia masih terasa kurang maksimal.” Ia juga menambahkan bahwa dialog dalam versi Indonesia “sangat kaku” serta alur cerita memiliki “plot hole”.

Pernyataan ini menunjukkan bahwa informan tidak hanya menilai secara umum, tetapi mampu mengidentifikasi aspek teknis seperti sinematografi, komposisi visual, dan struktur naratif. Hal ini mengindikasikan adanya literasi media yang lebih tinggi, sehingga proses decoding yang dilakukan menjadi lebih kritis dan menghasilkan penolakan terhadap kualitas adaptasi.

Responden 5 juga menyatakan secara eksplisit bahwa adaptasi ini “GAGAL karena untuk jalan cerita lumayan berbeda dan banyak scene yang gak penting.” Sementara Responden 7 menilai dialog “terlalu naskah” dan “kurang luwes seperti kebanyakan orang Indonesia sehari-hari”. Hal ini menunjukkan adanya sensitivitas terhadap realisme dialog dan representasi budaya.

Lebih lanjut, Responden 10 menyatakan bahwa film ini “tidak mampu menghadirkan feel yang sama seperti versi aslinya” dan bahkan memberikan kesan awal “agak aneh”. Pernyataan ini memperlihatkan bahwa aspek emosional menjadi faktor penting dalam evaluasi mereka terhadap adaptasi.

PENUTUP

Berdasarkan temuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa penerimaan penonton terhadap adaptasi *A Business Proposal* versi Indonesia menunjukkan adanya variasi pemaknaan. Perbedaan tersebut dipengaruhi oleh pengalaman audiens dalam menonton versi asli Korea, ekspektasi terhadap adaptasi, serta latar belakang sosial dan budaya masing-masing individu. Analisis resepsi dengan pendekatan teori Stuart Hall menunjukkan bahwa audiens tidak bersifat pasif, melainkan aktif dalam menginterpretasikan teks media. Hal ini terlihat dari munculnya tiga posisi pemaknaan, yaitu dominan, negosiasi, dan oposisi. Posisi dominan ditunjukkan oleh penonton yang menerima makna sesuai dengan konstruksi pembuat media dan menilai adaptasi masih relevan dalam konteks lokal. Sementara itu, posisi negosiasi dan oposisi menjadi posisi yang paling banyak ditemukan. Pada posisi negosiasi, audiens menerima garis besar cerita, namun tetap memberikan kritik terhadap aspek produksi, dialog, dan kedalaman emosi. Adapun posisi oposisi ditunjukkan oleh audiens yang menolak adaptasi karena dinilai belum mampu merepresentasikan esensi versi asli secara optimal. Temuan ini menunjukkan bahwa pemaknaan audiens sangat dipengaruhi oleh referensi terhadap versi asli dan pengalaman menonton sebelumnya, yang membentuk cara mereka dalam menilai adaptasi budaya populer.

DAFTAR PUSTAKA

Alayya, S. I., Muthmainnah, A., Susanto, D., & Maret, U. S. (2023). RESEPSI FILM MIRACLE IN CELL NO. 7 VERSI KOREA DALAM ADAPTASI INDONESIA : KAJIAN SOSIOLOGI SASTRA. 26(7), 1–13.
<https://doi.org/10.24257/atavisme.v26i1.877.1-13>

- Can, D. W. (2023). Pengaruh Film Korea Terhadap Minat Penonton Mahasiswa Film di Universitas Multimedia Nusantara. *Journal of Art, Film, Television, Animation, Games and Technology*, 2(2), 59–65. <https://journal-profsfisi.or.id/index.php/framing/article/view/21>
- Cattrysse, P. (2017). Cultural Transduction and Adaptation Studies : The Concept of Cultural Proximity *Transducción cultural y estudios de adaptación : el concepto de proximidad cultural*. 20(3), 645–662. <https://doi.org/10.5294/pacla.2017.20.3.3>
- Delya, A. N., Sakuri, A. A., & Sugiharto, C. E. (2022). ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TERHADAP MAKNA MUALLAF PADA IKLAN ONLINE BUKALAPAK “A Stranger – A Ramadan Story.” *CommLine*, 7(1), 43. <https://doi.org/10.36722/cl.v7i1.663>
- Fithratullah, M., Kasih, E. N. E. W., Falaq, J. S. Al, & Muhammad Fadel. (2024). Overlooking the transformation of values through the transnational american remakes movies. *Lire Journal (Journal of Linguistics and Literature)*, 8(2), 351–368.
- Islamiah, Z., Purnama, R., Fadade, H., Muhammad, N., & Wave, K. (2024). DAMPAK KOREAN WAVE TERHADAP POLA PERILAKU REMAJA DI KOTA SAMARINDA. 2(1), 1–18.
- Maulidya, M. N., & Hidayat, M. A. (2023). Studi Netnografi Deteritorialisasi Budaya Hallyu di Kalangan Penggemar Drama Korea. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 9(2), 146–159.
- Noviadhista, U. F., Prasetyo, B. D., & Antoni. (2019). Komodifikasi Identitas Tionghoa Dalam Humor: Studi Encoding/Decoding Stuart Hall Tentang Pertunjukan Stand-Up Comedy Ernest Prakasa. *PAPATUNG: Jurnal Ilmu Administrasi Publik, Pemerintahan Dan Politik*, 2(3), 161–177. <https://doi.org/10.54783/japp.v2i3.28>
- Permata, R., Purba, S., & Siahaan, C. (2025). Perbandingan Pemaknaan Penonton Gen Z tentang Popularitas Drama Korea dan Sinetron Indonesia (Studi Deskriptif Kualitatif di Lingkungan Jakarta). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(1), 8225–8233.
- Putri, I. P., Liany, F. D. P., & Nuraeni, R. (2019). K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia. *ProTVF*, 3(1), 68. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v3i1.20940>
- Rathey, B. K. (1938). *The Gospel According to Saint Matthew in the Revised Version: With Introduction and Commentary*. Clarendon Press. <https://books.google.co.id/books?id=Q9cOAAAAQAAJ>
- SETIAWAN, D. B. (2025). Remake dan Kontroversinya: Studi Kasus A Business Proposal Versi Indonesia. <https://kumparan.com/dadang-kominfo-tuban/remake-dan-kontroversinya-studi-kasus-a-business-proposal-versi-indonesia-24QmfsQDRXp>
- Shita Chetrin Lavesia, & Dian Marhaeni Kurdaningsih. (2025). Resepsi Penonton Terhadap Statement Abidzar Al Ghifari pada Pemeran Utama Film Bussines Proposal. *Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 1086–1094. <https://doi.org/10.63822/qk2bw285>
- Sumaryanto, E., & Ibrahim, M. (2023). KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA DALAM BINGKAI TEORI-TEORI ADAPTASI. *Nusantara Hasana Journal*, 3(2), 42–51.

- Valenciana, C., & Pujibudojo, J. K. K. (2022). Korean Wave; Fenomena Budaya Pop Korea pada Remaja Milenial di Indonesia. *Jurnal Diversita*, 8(2), 205–214. <https://doi.org/10.31289/diversita.v8i2.6989>
- Yosephin, F. C., & Winduwati, S. (2021). Adaptasi Budaya oleh Warga Negara Asing di Indonesia. *Koneksi*, 5(2), 218–222.