

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi adalah kegiatan yang selalu dilakukan manusia setiap harinya, melalui komunikasi individu bisa saling berinteraksi satu sama lain di lingkungan sosial. Komunikasi yang terjalin secara alami tidak hanya terjadi atas komunikasi yang dilakukan secara verbal atau kata-kata, tetapi komunikasi juga seringkali dilakukan dengan cara non-verbal atau tanpa menggunakan kata atau yang sering dikenal dengan menggunakan tanda-tanda.

Proses komunikasi selalu hadir di setiap aktivitas kehidupan sehari-hari, dari bangun sekali lagi di malam hari. Komunikasi tidak hanya terjalin hanya kepada sesama makhluk hidup, tetapi komunikasi juga dilakukan kepada sang pencipta, Allah SWT dengan cara melakukan ibadah sholat dan berdo'a kepada-Nya.

Pada dasarnya persiapan komunikasi adalah suatu metode penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dimana metode yang terjadi adalah metode penyampaian pesan dengan menggunakan media tertentu dengan keyakinan bahwa pesan tersebut disampaikan secara akurat dan mendapat masukan dari khalayak. Menurut Harrold Laswell, cara menggambarkan pegangan komunikasi adalah dengan membalas alamat Who Says What In With Channel To Whom With What Impact, artinya siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan dampak apa.. (Mulyana, 2010)

Seiring dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) media komunikasi kian banyak jenisnya dan berbagai fungsi utamanya sendiri. Media-media komunikasi terutama telah mengalami perubahan yang sangat maju dari media komunikasi yang biasanya dilakukan dengan berada pada satu ruangan atau tempat tertentu, sekarang media

komunikasi dengan sentuhan teknologi telah memungkinkan proses komunikasi dapat dilakukan kapan saja, di mana saja dan kepada siapa saja tanpa batasan waktu, usia bahkan negara.

Media massa juga tidak luput dari perkembangan teknologi. Media massa sering digunakan sebagai media yang digunakan dalam menyampaikan pesan atau informasi seperti halnya surat kabar, radio, televisi bahkan film. Film bukanlah hanya sebagai media hiburan tetapi film juga di manfaatkan sebagai media penyampaian pesan yang mana disisipkan dalam setiap adegan yang dihadirkan di dalam film. Saat ini film sangatlah banyak diminati oleh seluruh kalangan, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa tentunya dengan batasan tayangan untuk batasan usia yang akan mengkonsumsi film tersebut.

Berdasarkan data tahun 2018 yang di akses pada website resmi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif pada buku Pemandangan Umum Industri Film Indonesia yang dikeluarkan oleh BEKRAF (sekarang PAREKRAF) menunjukkan industri film Indonesia terus menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Pertambahan jumlah layar hingga mencapai ribuan dalam satu dasawarsa terakhir, perolehan penonton yang mencapai angka 51,2 juta pada tahun 2018, serta semakin banyaknya film Indonesia yang menembus perolehan *box office*, menjadi pertanda semakin baiknya perfilman Indonesia hari ini. (BEKRAF, 2019)

Berdasarkan data yang ditampilkan oleh BEKRAF pada tahun 2019 menunjukkan bahwa peminat film di Indonesia sangatlah besar, industri film semakin berkembang hingga menyebabkan banyak menampilkan *genre* film yang muncul dan bermacam-macam, mulai dari *action*, petualangan, komedi, kriminal, fiksi ilmiah horror sampai drama.

Akhir-akhir ini drama korea menjadi *genre* baru yang banyak di minati penonton di Indonesia, tak pandang usia dari yang muda sampai yang tua menyukai drama korea. Drama korea seakan menjadi *trend* baru yang ada

di Indonesia yang mana kehadirannya sering menjadi *trending topic* di Youtube maupun Twitter.

Graceful Family adalah seri televisi Korea Selatan tahun 2019 yang di sutradarai oleh Han Chul-Soo merupakan salah satu drama korea yang hadir di Indonesia dan mendapatkan *rating* 7,9/10 di IMDb (<https://www.imdb.com>) yang disuguhkan secara gratis untuk ditonton oleh peminat drama korea di Indonesia.

Drama dengan *genre* misteri dan juga ketegangan menjadi salah satu daya tarik bagi penontonya dengan durasi rata-rata 65-78 menit menyuguhkan kisah sebuah keluarga yang kaya raya dan memiliki perusahaan bernama *MC GROUP* yang mana memiliki sebuah organisasi yang bertindak sebagai Humas atau *Public Relations* yang bernama TOP yang bertugas untuk melindungi citra perusahaan agar tetap menjadi perusahaan yang memiliki nama besar dan citra positif untuk menjaga hubungan baik antara lembaga perusahaan dengan *public* internal maupun eksternal.

Sesuai fungsi humas menurut Liliweri (2014: 250) bahwa fungsi humas adalah menumbuh dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga/ organisasi dengan *public* internal maupun eksternal, dalam menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi, dan partisipasi publik untuk menciptakan iklim pendapat umum (*opini publik*) yang menguntungkan lembaga (organisasi).

Dalam menjalankan pekerjaannya, seorang praktisi humas juga harus bisa mempertanggungjawabkan apa yang dilakukannya kepada publik maupun kepada sang penciptanya seperti halnya dalam surah Al-Hasyr ayat 18 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Latin : yā ayyuhallażīna āmanuttaqullāha waltanzur nafsum mā qaddamat ligad, wattaqullāh, innallāha khabīrum bimā ta'malun

Artinya : "Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan." (Al-Hasyr ayat 18).

Dalam isi kandungan ayat Al-Qur'an diatas menjelaskan bahwa setiap orang haruslah bertakwa kepada tuhan dan dianjurkan untuk selalu memperhatikan apa yang dikerjakan, sesungguhnya setiap perbuatan akan mendapatkan balasan.

Daya tarik dalam drama ini sangat beragam, mulai dari strategi pencitraan yang dilakukan oleh *Team TOP* selaku humas dari perusahaan *MC Group*, masalah-masalah yang terjadi hingga cara penyelesaian masalah yang ditimbulkan sangatlah vulgar, baik masalah yang berasal dari internal maupun eksternal perusahaannya.

Salah satu adegan yang membuat peneliti merasa tertarik untuk meneliti strategi pencitraan pada drama ini adalah seperti potongan film yang pernah peneliti lihat yaitu ketika anak dari pemilik *MC Group*, Mo Seok-hee terlibat masalah dengan salah satu model eksklusif dari perusahaan dan membuat keributan di salah satu toko baju dan membuat orang yang sedang berada disekitar toko akhirnya beramai-ramai merekam kejadian tersebut. Dengan cepat dan sigap *Team TOP* langsung mengambil tindakan dengan terjun langsung ke lokasi kejadian untuk mengamankan orang-orang yang merekam kejadian tersebut.

Setelah massa diamankan, *Team TOP* memberikan uang kepada semua orang yang sempat merekam dan mengetahui adegan sebelumnya dengan membuat perjanjian di atas kertas bahwa jika ada yang menyebarkan informasi yang telah direkam maka harus mengembalikan

sebanyak 3 kali lipat dari jumlah yang diberikan. Hal ini ditujukan untuk membungkam orang-orang yang sudah merekam dan mengetahui kejadian yang telah terjadi dan tidak membicarakannya kepada orang lain.

Strategi pencitraan yang digunakan *Team TOP* tersebut terbilang efektif saat diterapkan pada film untuk secepatnya mengantisipasi informasi tersebar luas ke masyarakat dengan memberikan sejumlah uang dan dengan ancaman agar informasi yang diketahui tidak disebarluaskan. Namun, hal ini bisa menjadi ancaman tersendiri jika diterapkan dan dikaitkan dengan keadaan di dunia nyata. Mengingat pada sebuah sajian film tentunya setiap karakter dan alur cerita sudah ditetapkan agar tujuan dari film bisa didapatkan, tetapi pada dunia nyata sifat seseorang bisa berbanding terbalik.

Hal tersebut juga menjadi sesuatu yang penting untuk di teliti karena keadaan di dunia per-film-an tentunya mempunyai perbedaan yang cukup signifikan. Hal-hal sederhana saja tidak selalu sama keadaannya, apalagi terkait hal-hal yang beresiko mengenai perusahaan dan pencitraan. Perbedaan tersebut menjadi penting untuk dibahas agar pembaca mengetahui perbedaan dan menjadi konsumen yang bijak dalam mengkonsumsi tontonan.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat dilihat bahwa strategi yang dijalankan oleh *Team TOP* adalah strategi yang sigap dan tanggap dalam menyelesaikan masalah yang terjadi dan selalu mengevaluasi perkembangan media dalam menyampaikan informasi. Hal ini sejalan dengan salah satu bentuk pencitraan yaitu bagaimana citra yang diharapkan (*the wish image*) diterapkan dalam adegan-adegan yang ditampilkan dalam drama korea *Graceful Family*.

Strategi yang diterapkan juga memiliki kelemahan karena pada sebuah film, alur cerita dan penokohan sudah ditetapkan yang mana semua cara yang dilakukan berjalan lancar dan dianggap selesai tanpa adanya masalah lanjutan. Tentunya ini tidak berjalan pada dunia nyata, yang mana dalam menjaga citra sering kali apa yang diharapkan tidak sesuai dengan kenyataan

yang ada. Masalah akan datang kembali jika penyelesaian masalah tidak dituntaskan secara keseluruhan tanpa merugikan pihak lain.

Inilah hal yang menjadi alasan penulis untuk meneliti apakah strategi pencitraan yang dilakukan oleh *Team TOP* efektif untuk tetap mempertahankan citra yang dimiliki perusahaan *MC GROUP* sesuai dengan yang diharapkan dengan menerapkan teori pencitraan pada sajian adegan film.

Berdasarkan latar belakang yang telah di jelaskan di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana strategi pencitraan yang disajikan di dalam sebuah drama korea *Graceful Family* dengan judul “Strategi Pencitraan Perusahaan *MC Group* Drama Korea *Graceful Family*”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi pencitraan yang dilakukan Perusahaan *MC Group* dalam drama *Graceful Family*?
2. Apakah kelemahan dan keunggulan dari strategi pencitraan yang dilakukan Perusahaan *MC Group* dalam drama *Greceful Family*?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi pencitraan yang dilakukan Perusahaan *MC Group* dalam drama *Graceful Family*.
2. Untuk mengetahui kelemahan dan keunggulan dari strategi pencitraan yang dilakukan *MC Group* dalam drama *Graceful Family*.

D. Batasan Masalah

Batasan masalah digunakan untuk menghindari penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah strategi yang digunakan untuk mempertahankan citra baik yang dimiliki oleh perusahaan *MC Group*.

E. Manfaat

a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk banyak orang terkhusus bagi para pegiat komunikasi untuk menjadi bahan bacaan dalam menambah wawasan terutama di bidang pencitraan yang ada pada film dan juga sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan pencitraan yang ada pada film.

b. Manfaat Praktis

Manfaat penelitian ini sebagai praktis adalah untuk dijadikan sebagai bahan masukan terkait teori pencitraan dan juga sebagai salah satu syarat kelulusan sebagai Sarjana dan melengkapi administrasi kampus.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN