# **HALAMAN SAMPUL**

****

**UNIVERSITAS INDONESIA**

**RESEPSI *K-LITERATURE* SEBAGAI PRODUK BUDAYA POPULER DALAM LINGKUP PEMBACA INDONESIA DI PLATFORM X**

**MAKALAH PROYEK AKHIR**

**NINING SETYANINGSIH**

**2206115005**

**FAKULTAS ILMU PENGETAHUAN BUDAYA**

**PROGRAM STUDI ASIA TIMUR**

**UNIVERSITAS INDONESIA**

**DEPOK**

**JANUARI 2024**

# **HALAMAN JUDUL**

****

**UNIVERSITAS INDONESIA**

**RESEPSI *K-LITERATURE* SEBAGAI PRODUK BUDAYA POPULER DALAM LINGKUP PEMBACA INDONESIA**

**DI PLATFORM X**

**MAKALAH PROYEK AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Humaniora**

**NINING SETYANINGSIH**

**2206115005**

**FAKULTAS ILMU PENGETAHUAN BUDAYA**

**PROGRAM STUDI ASIA TIMUR**

**UNIVERSITAS INDONESIA**

**DEPOK**

**JANUARI 2024**

# **HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri,**

**dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk**

**telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Nining Setyaningsih**

**NPM : 2206115005**

**Tanda Tangan :**

**Tanggal : .............................**

# **HALAMAN PENGESAHAN**

Makalah proyek akhir ini diajukan oleh :

Nama : Nining Setyaningsih

NPM : 2206115005

Program Studi : Asia Timur

Judul Tesis :

**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Humaniora pada Program Studi Asia Timur, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia.**

**DEWAN PENGUJI**

Pembimbing :

Penguji :

Penguji :

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : Januari 2024

Dekan

Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya,

Universitas Indonesia

Dr. Bondan Kanumoyoso, M.Hum.

NIP. 0706050098

**KATA PENGANTAR**

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia dilimpahkan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan makalah proyek akhir dengan judul *RESEPSI K-LITERATURE SEBAGAI PRODUK BUDAYA POPULER DALAM LINGKUP PEMBACA PLATFORM X DI INDONESIA* sebagai salah satu syarat kelulusan dari Program Studi Asia Timur, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia, Depok.

Penulisan makalah proyek akhir ini tidak akan terwujud tanpa bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih pada berbagai pihak atas segala bantuan dan dukungan yang telah diberikan, terutama kepada:

1. Ibu Eva Latifah, Ph.D. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan dalam proses penulisan proyek akhir ini. Penulis berterima kasih atas bimbingan dan dukungan yang diberikan, berkat dorongan beliau penulis berhasil mempertahankan semangat selama proses penelitian dan penyusunan makalah proyek akhir.
2. Prof. Bachtiar Alam selaku Dosen Pembimbing Akademik pada tahun pertama penulis menempuh Program Studi Asia Timur. Berkat nasihat dan saran-saran yang beliau berikan, penulis dapat menjalani perkuliahan dengan lebih baik. Terlebih, penulis berterima kasih atas dukungan beliau atas ide-ide yang penulis seringkali utarakan dalam sela-sela proses akademis yang berlangsung.
3. Korean Academic Studies yang telah memberikan ruang bagi penulis untuk berproses lebih giat dan serius dalam menekuni ilmu terkait Korea dan memberikan wawasan lebih luas terlebih pada pandangan Korea terhadap nilai-nilai ke-Asia Timur-an. Terima kasih atas kesempatan terhormat dalam *2023 AKS Korea Fellowship Program.* Kepada Kim Baro *Gyosunim,* yang telah banyak membantu dalam pengumpulan dan pengolahan data, dan kepada Seo Seunghee *Gyosunim* serta Jung Daun *Gyosunim,* terima kasih atas ilmu dan inspirasi pemantik yang diberikan.
4. Rekan-rekan peneliti dari *2023 AKS Korea Fellowship Program* dan *The Fourth BTS Global Interdisciplinary Conference* yang inspiratif*.* Terima kasih atas wawasan dan ruang tumbuh yang disediakan. Senang rasanya bisa menjadi bagian dari dunia diskusi yang dinamis, ringan, namun tetap ‘daging’.
5. Bapak, Ibu, dan dua adik kecil–keluarga penulis yang menyenangkan. Terima kasih telah turut memberi nyawa pada mimpi-mimpi penulis. Pada setiap kasih dan kepercayaan yang diberikan, berkat dukungan itu penulis telah teryakinkan dapat menyelesaikan pendidikan dengan baik.
6. Bapak Ibu Dosen pengampu dan rekan-rekan angkatan 2021 Prodi Asia Timur. Terima kasih atas ilmu yang diberikan. Berkatnya, penulis dapat banyak belajar. Kepada rekan-rekan yang telah berproses bersama, terima kasih atas waktu dan kisah-kisah yang dibagikan.

Akhir kata, semoga makalah proyek akhir ini dapat memberikan banyak manfaat. Kepada pihak-pihak yang telah penulis sebut di atas, kepada seluruh sistem pendukung di sekitar penulis, dan pegiat ilmu Asia Timur, terkhusus berkait budaya Korea, karya ini penulis persembahkan untuk kalian semua.

Depok, \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Penulis

# **HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nining Setyaningsih

NPM : 2206115005

Program Studi : Asia Timur

Fakultas : Ilmu Pengetahuan Budaya

Jenis karya : Makalah proyek akhir

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive RoyaltyFree Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

*RESEPSI K-LITERATURE SEBAGAI PRODUK BUDAYA POPULER DALAM LINGKUP PEMBACA PLATFORM X DI INDONESIA*

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada tanggal : …………………….

Yang menyatakan :

(Nining Setyaningsih**)**

# **ABSTRAK**

Nama : Nining Setyaningsih

Program Studi : Asia Timur

Judul : *Resepsi K-Literature sebagai produk budaya populer dalam   
 Lingkup Pembaca Indonesia di Platform X*

Pembimbing : Eva Latifah, Ph.D.

Makalah proyek akhir ini membahas penerimaan *K-Literature* sebagai bagian dari produk budaya populer dalam lingkup pembaca Indonesia, khususnya generasi MZ. Berdasarkan teori diplomasi budaya, ….

Berdasarkan hasil analisis dengan teknik analisis digital dan kajian pustaka, ditemukan bahwa *K-Literature* diterima di kalangan pembaca generasi MZ di Indonesia karena (1).... (2).... (3)

Kata kunci:

*Produk budaya Korea, resepsi pembaca, K-Literature, analisis digital*

# **ABSTRACT**

# **DAFTAR ISI**

[**HALAMAN SAMPUL 1**](#_heading=h.gjdgxs)

[**HALAMAN JUDUL 2**](#_heading=h.l0b6kqg11qn)

[**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS 3**](#_heading=h.2et92p0)

[**HALAMAN PENGESAHAN 4**](#_heading=h.tyjcwt)

[**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS 7**](#_heading=h.ghb86txotyo6)

[**ABSTRAK 8**](#_heading=h.b6brl6e81i55)

[**ABSTRACT 9**](#_heading=h.r1xjr3wl8d2)

[**DAFTAR ISI 10**](#_heading=h.4d34og8)

[**DAFTAR TABEL 11**](#_heading=h.26in1rg)

[**DAFTAR GAMBAR 12**](#_heading=h.ltm9oyw09wp0)

[**1. PENDAHULUAN 1**](#_heading=h.44sinio)

[**1.1 Latar Belakang 1**](#_heading=h.2jxsxqh)

[**1.2 Tinjauan Pustaka 3**](#_heading=h.4i7ojhp)

[**1.3 Rumusan Masalah Penelitian dan Pertanyaan Penelitian 5**](#_heading=h.z337ya)

[**1.4 Tujuan Penelitian 5**](#_heading=h.3j2qqm3)

[**1.5 Manfaat Kebaruan Penelitian 6**](#_heading=h.1y810tw)

[**1.6. Landasan Teori 6**](#_heading=h.2htlxfddv56t)

[**1.6.1 Strategi Budaya 7**](#_heading=h.1ci93xb)

[**1.5.2 Sastra Korea sebagai Produk Budaya Populer 8**](#_heading=h.dtccppk6hef1)

[**1.5.3 Resepsi dan Respon Pembaca 10**](#_heading=h.3whwml4)

[**1.6 Metode Penelitian 12**](#_heading=h.147n2zr)

[**2. HASIL DAN PEMBAHASAN 16**](#_heading=h.2lwamvv)

[**2.1 Sirkulasi Sastra Korea di Indonesia 16**](#_heading=h.7ffon4s08p28)

[**2.2 Resepsi Sastra Korea dalam Lingkup Pembaca di Indonesia 17**](#_heading=h.3l18frh)

[**3. PENUTUP 18**](#_heading=h.206ipza)

[**4.1. Kesimpulan 18**](#_heading=h.4k668n3)

[**4.2. Saran 19**](#_heading=h.2zbgiuw)

[**DAFTAR PUSTAKA 19**](#_heading=h.3ygebqi)

[**DAFTAR LAMAN 22**](#_heading=h.2dlolyb)

# **DAFTAR TABEL**

[**Tabel 1. CK Intraleksikal dengan Pola {akar BI} + {-hada}** 26](#_heading=h.1hmsyys)

[**Tabel 2. Campur Kode Intraleksikal Berupa Gabungan Akar Bahasa Inggris dan Akar Bahasa Korea** 28](#_heading=h.2grqrue)

**Tabel 3. Campur Kode Intrasentensial Berdasarkan Satuan Kata**............................30

**Tabel 4. Distribusi Campur Kode Intrasentensial Berupa Kata Tunggal** .................30

**Tabel 5. CK Intraleksikal Berupa Kata Tunggal Adjektiva**........................................34

**Tabel 6. Distribusi Campur Kode Intrasentensial Berupa Kelompok Kata**..............37

**Tabel 7. CK Intrasentensial Berupa Kelompok Kata Berderet**...................................42

# **DAFTAR GAMBAR**

[**Tabel 1. CK Intraleksikal dengan Pola {akar BI} + {-hada}** 26](#_heading=h.1hmsyys)

[**Tabel 2. Campur Kode Intraleksikal Berupa Gabungan Akar Bahasa Inggris dan Akar Bahasa Korea** 28](#_heading=h.2grqrue)

**Tabel 3. Campur Kode Intrasentensial Berdasarkan Satuan Kata**............................30

**Tabel 4. Distribusi Campur Kode Intrasentensial Berupa Kata Tunggal** .................30

**Tabel 5. CK Intraleksikal Berupa Kata Tunggal Adjektiva**........................................34

**Tabel 6. Distribusi Campur Kode Intrasentensial Berupa Kelompok Kata**..............37

**Tabel 7. CK Intrasentensial Berupa Kelompok Kata Berderet**...................................42

# **PENDAHULUAN**

## **1.1 Latar Belakang**

Dalam beberapa tahun terakhir, tren budaya populer dari Asia Timur telah meningkat di berbagai negara, termasuk di Indonesia. Istilah budaya populer berarti 'budaya yang dinikmati oleh banyak orang'[[1]](#footnote-0). Dalam masyarakat modern, istilah 'budaya populer' seringkali dikaitkan dengan 'budaya massa'. Keduanya sebenarnya merujuk pada objek yang sama, hanya dari sudut pandang yang berbeda. Budaya populer lebih menekankan pada resepsi audiens, yaitu merujuk pada aspek penerimaan dan konsumsi budaya, sementara budaya massa lebih menekankan pada kuantitas produksi suatu produk budaya. Resepsi merupakan pemahaman, kesadaran, cara individu menerima dan mengerti suatu hal (Hoggart, 1917). Resepsi erat kaitannya dengan budaya populer, seperti lagu atau fiksi populer. Kajian resepsi menghubungkan peranan produsen, media, dan konsumen budaya (Hall, 1980). Dalam proses resepsi tersebut, audiens atau khalayak sebagai konsumen budaya turut berperan dalam menerima dan mensirkulasikan suatu produk budaya populer (ibid).

Penyebaran budaya populer di dalam Asia dimulai seiring dengan perkembangan teknologi media, terutama pada tahun 1990-an (Cho, 2005). Media populer telah menjadi suara yang kuat dalam mempengaruhi dan menyebarkan opini publik. Oleh karena itu, televisi dan drama bukanlah kegiatan sepele dari orang-orang tanpa kekuatan, melainkan mewakili genre populer yang memainkan peran kunci dalam pembentukan opini publik (ibid). Negara-negara di Asia Timur memiliki interaksi yang saling mempengaruhi dalam hal strategi penyebaran budaya populer, namun terkadang menghadapi kendala struktural dan perbedaan persepsi kebiasaan kultural yang mereka miliki. Terkait dengan penyebaran budaya populer di abad ke-21, secara khusus Korea telah berhasil mencapai resonansi yang lebih mendalam dengan masyarakat global, membawa isu-isu universal, dan membaurkan unsur Asia dengan pendekatan yang lebih halus kepada konsumen budaya global (Moon dkk., 2005). Dengan *hallyu* yangmemiliki pendekatan *'consumer-led cultural industry following'* (Moon dkk., 2005), yaitu strategi industri budaya yang mengedepankan kepentingan konsumen sebagai poros utama dan industri budaya yang kemudian merespon permintaan konsumen, *hallyu* kemudianmemiliki basis penggemar yang kuat dan menciptakan lingkungan *fandom* yang produktif. Sejalan dengan istilah *hallyu* yang berarti ‘gelombang budaya’, penyebaran budaya populer Korea dijalankan dalam sistem gelombang. Konsumsi konten budaya populer Korea dimulai dari drama, diikuti oleh konsumsi item konsumen gaya hidup seperti makanan, kosmetik, fashion, dan perjalanan (Jeong dkk., 2017). Survei mengenai kesukaan masyarakat terhadap konten *hallyu* mencatat bahwa drama, film, program entertainment, makanan, kecantikan, fesyen, gim, buku, animasi, dan musik menjadi ragam konten *hallyu* yang disambut oleh masyarakat global.

Berbicara mengenai konten budaya populer, ragam konten buku dan sastra menjadi perhatian khusus penyebaran produk budaya Korea ke luar negeri baru-baru ini. Sebuah laporan yang dirilis *Korean Literature Translation Insitute* (selanjutnya disingkat KLTI) mengungkapkan bahwa saat ini terjadi peningkatan permintaan sastra Korea di pasar sastra dan penerbitan luar negeri karena pengaruh gelombang Korea[[2]](#footnote-1). Oleh karena itu, pemerintah Korea melalui KLTI melakukan sejumlah program guna mendukung penyebaran sastra ini di berbagai negara, termasuk ke Indonesia. Meskipun genre sastra Korea terbilang baru, dan secara khusus menjajaki pasar literasi di Indonesia paling akhir dibandingkan dengan terbitan Asia Timur yang lain, jumlah peningkatan penggemarnya terbilang cukup progresif selama beberapa tahun terakhir. Penyebaran budaya populer Asia Timur di bidang sastra tidak sepenuhnya setara dalam jumlah dan tingkatannya karena berbagai alasan seperti perbedaan bahasa dan budaya (George, 2006). Pengenalan sastra Tiongkok lebih fokus pada bagian kuno, sedangkan sastra modern dan kontemporer jarang diperhatikan (ibid). Ini berbeda dengan Jepang dan Korea yang memberikan perhatian lebih pada sirkulasi sastra modern melalui gelombang budaya populernya. Pengenalan sastra Jepang difaslitasi dengan adanya *booming manga* dan *anime* yang sedang berlangsung sejak tahun 1990an[[3]](#footnote-2). Sementara itu, sastra Korea menemukan penggemar melalui *hallyu* di bawah label *K-Literature*[[4]](#footnote-3). *Booming mangga* dan *anime* serta *hallyu* tersebut telah menyebabkan teks sumber karya populer menemukan pembaca dan membawa sastra turut dalam bagian produk budaya populer.

Ketika membahas tentang budaya populer dan penyebarannya, peran utama dalam sirkulasi dan konsumsi budaya populer saat ini tercermin pada media sosial (Jin, 2018). Generasi muda yang terampil dalam teknologi telah mengubah kebiasaan mereka dalam mengonsumsi budaya populer dengan sangat bergantung pada media sosial. Media sosial adalah satu media ekspresi yang memungkinkan para penggunanya menikmati tingkat otonomi dan kebebasan bertindak yang cukup besar (Liao, 2021). Kemunculan media sosial telah memberdayakan pengguna untuk secara aktif mengaburkan batas antara produsen dan konsumen karena kemampuannya untuk memberi pengguna kekuatan membuat dan mendistribusikan konten dengan bantuan teknologi. Media sosial termasuk di antaranya adalah Facebook, Youtube, Instagram, Tiktok, dan X—yang sebelumnya dikenal sebagai Twitter[[5]](#footnote-4). Baru-baru ini, sebuah fenomena menarik terlihat dalam sirkulasi dan konsumsi sastra melalui diskusi dan ulasan daring yang marak terjadi di berbagai platform digital, salah satunya platform X. Perhatian terhadap sastra Asia Timur yang semakin meningkat juga tercermin di platform X, terutama seiring munculnya topik-topik diskusi terkait. Karya sastra Asia Timur seringkali berada di pinggiran sistem penerbitan dan jarang mendapatkan perhatian mendalam dari pengulas buku profesional karena kendala bahasa dan beberapa hal lain. Namun, di ruang digital, terutama di platform X, fenomena ketertarikan pembaca yang proaktif terhadap karya-karya penulis Korea baru-baru ini mencerminkan peningkatan minat pada sastra Korea. Kata kunci 'sastra Korea' di platform X terhubung dengan beragam hasil pencarian dan komunitas pembaca aktif seperti Buibu Baca Buku yang bekerja sama dengan *Korean Literature Translation Institute*[[6]](#footnote-5), klub membaca berbasis *fandom[[7]](#footnote-6)* seperti Indonesia ARMY Reading Club, Stay Reading Club, dan 17'S Library, serta komunitas pembaca arus utama yang tidak berbasis *fandom* seperti Literary Base. Namun, ketika peneliti melakukan pencarian dengan kata kunci ‘sastra Jepang’, 'sastra Cina' atau 'sastra Tiongkok' di platform X, hasilnya berbeda dengan kata kunci ‘sastra Korea’. Pencarian kata kunci ‘sastra Cina’ dan ‘sastra Tiongkok’ terbatas pada hasil utas dan unggahan seputar jurusan sastra Cina di Indonesia, serta tidak ditemukan jejak aktivitas mengulas karya secara aktif dan dinamis sama sekali. Pencarian kata kunci ‘sastra Jepang’ menghasilkan diskusi ulasan karya, namun tidak menunjukkan komunitas membaca berbasis *fandom* seperti ketika mengetik kata kunci ‘sastra Korea’. Keberadaan sastra Korea sebagai bagian dari produk budaya populer, seperti yang tercermin dalam media sosial yang digunakan oleh masyarakat Indonesia, menunjukkan keunggulan yang membedakannya dari sastra Asia Timur lainnya dalam hal penyebaran dan karakteristik pembacanya sebagai 'prosumer'. Poin menariknya adalah adanya peningkatan perhatian terhadap sastra Korea, yang lebih mencolok pergerakannya dibandingkan dengan sastra Jepang dan Tiongkok. Hal ini sekaligus menjadi gambaran dinamika budaya Asia Timur di Indonesia.

Penelitian terdahulu mengenai resepsi sastra mengungkapkan bahwa pembaca sebagai 'prosumer', tidak hanya secara pasif membaca dan mengkonsumsi informasi yang diberikan, tetapi juga secara aktif menghasilkan umpan balik mereka sendiri dan berkontribusi untuk meningkatkan pengetahuan bersama di situs web ulasan (Hennig-Thurau et al. 2004; Vasquez 2014). Hal ini sebagaimana evaluasi dan promosi sastra ke luar negeri bukan hanya terbatas pada ahli, tetapi juga melibatkan ekspektasi realistis pembaca sebagai pengguna (Kang, 2016). Secara khusus di Indonesia, era pandemi menjadi titik pergeseran sirkulasi sastra Korea (Latifah, 2023), dengan genre novel yang semakin mulai banyak disebarluaskan pada pembaca lokal. Semenjak pandemi, komentar di internet terkait budaya Korea semakin masif (ibid). Namun, belum ada penelitian yang secara khusus meneliti interaksi pembaca dengan sastra Korea, terutama dalam hal pembaca sebagai prosumer. Penelitian semacam ini masih secara terbatas ditemukan dalam konteks khalayak pembaca Indonesia. Penelitian serupa pernah dilakukan dengan fokus pembaca Tiongkok. Hasilnya, ulasan pembaca di internet mendukung pembangunan strategi perluasan sastra Korea di kalangan pembaca lokal (Kang, 2016) dengan karakteristik pembaca Tiongkok yang menggemari sastra Korea dengan tema universal yang beresonansi dengan pembaca lokal setempat (ibid). Resepsi karya sastra Korea di Tiongkok mendapatkan mediasi distribusi film, sehingga buku sastra yang telah diangkat dalam film cenderung mendapat perhatian lebih. Sejauh ini belum ditemukan penelitian yang secara spesifik membahas sastra Korea sebagai produk budaya populer dan kaitannya dengan resepsi pembaca prosumer di media sosial yang berinteraksi dengan sastra dalam lingkup kelompok-kelompok komunitas di Indonesia. Meskipun telah dilakukan oleh Kang (2016), tapi penelitian tersebut masih terbatas pada lingkup pembaca Tiongkok dan hanya dilakukan melalui studi kasus dua novel saja. Khususnya di Indonesia, studi terkait budaya populer Korea masih terbatas pada kajian terkait K-pop, dan belum banyak penelitian yang mengaitkan sastra sebagai bagian budaya populer.

## **1.2 Tinjauan Pustaka**

Penyebaran budaya populer di dalam Asia dimulai seiring dengan perkembangan teknologi media, terutama pada tahun 1990-an (Cho, 2005). Media populer telah menjadi suara yang kuat dalam memengaruhi dan menyebarkan opini publik. Oleh karena itu, televisi dan drama bukanlah kegiatan sepele dari orang-orang tanpa kekuatan, melainkan mewakili genre populer yang memainkan peran kunci dalam pembentukan opini publik (ibid). Ketiga negara di Asia Timur sebenarnya memiliki interaksi yang saling mempengaruhi dalam hal strategi penyebaran budaya populer, namun terkadang menghadapi kendala struktural dan perbedaan persepsi kebiasaan kultural yang mereka miliki. Terkait dengan ini, Korea berhasil mencapai resonansi yang lebih mendalam dengan masyarakat global, membawa isu-isu universal, dan membaurkan unsur Asia dengan pendekatan yang lebih halus kepada konsumen budaya global (Moon dkk., 2005). Dengan *hallyu* yangmemiliki pendekatan *'consumer-led cultural industry following'* (Moon dkk., 2005), yaitu strategi industri budaya yang mengedepankan kepentingan konsumen sebagai poros utama dan industri budaya yang kemudian merespon permintaan konsumen, *hallyu* kemudianmemiliki basis penggemar yang kuat dan menciptakan lingkungan *fandom* yang produktif. Sejalan dengan istillah *hallyu* yang berarti ‘gelombang budaya’, penyebaran budaya populer Korea dijalankan dalam sistem gelombang. Konsumsi konten budaya populer Korea dimulai dari drama, diikuti oleh konsumsi item konsumen gaya hidup seperti makanan, kosmetik, fashion, dan perjalanan (Jeong dkk., 2017). Lebih lanjutnya, para penggemar di Jakarta, Indonesia menunjukkan perilaku yang aktif dalam menggunakan dan mengadopsi budaya populer Korea dalam kehidupan sehari-hari mereka (ibid).

Dalam kontaknya di lingkup antar-Asia, Asia Timur tidak lagi dipandang berbeda secara politik dan sosial, karena budaya populernya sedang dibagikan di seluruh wilayah (Iwabuchi dkk., 2004), termasuk di antaranya adalah sastra Korea di Asia Tenggara (Nguyen, 2020; Latifah, 2023). Sapiro (2016) mengidentifikasi empat faktor yaitu politik, ekonomi, budaya, dan sosial, yang bekerja sama untuk menyebarkan budaya populer, termasuk menjelaskan sirkulasi sastra. Sirkulasi sastra Korea di luar negeri ditunjang infrastruktur ekspor dan promosi sektor negara dan swasta (Levitt & Shim, 2022). Dalam penelitian yang sama, diungkapkan bahwa pembaca di luar Korea diperkenalkan dengan sastra Korea dengan membaca serial yang dikurasi. Sementara itu, kurasi sastra Korea termediasi dengan adanya K-pop (Yoo dkk., 2023), terbukti dengan adanya lonjakan permintaan sastra Korea di luar negeri karena tren K-pop yang juga semakin meluas di tahun 2010 (Yoo dkk., 2023; Nguyen, 2020).

## **1.3 Rumusan Masalah Penelitian dan Pertanyaan Penelitian**

Adanya komunitas pembaca digital di media sosial yang aktif berpartisipasi dalam menciptakan teks budaya mereka sendiri melalui ragam aktivitas membaca digital menandai perluasan sirkulasi sastra Korea di luar negeri. Pembaca Indonesia mengunggah opini dan diskusi mereka mengenai sastra Korea di media sosial X.

Hal ini menjadi satu hal yang menarik untuk ditelusuri lebih lanjut, mengingat aktivitas membaca digital yang serupa tidak ditemukan dalam konteks sastra impor lain seperti halnya sastra Jepang maupun Tiongkok, khususnya di Indonesia. Ini sekaligus menjadi penanda perluasan pengaruh sastra Korea dan citra Korea secara keseluruhan. Bagaimana resepsi pembaca Indonesia dalam platform X terhadap sastra Korea? Oleh karena itu, untuk memudahkan uraian pembahasan masalah tersebut, penelitian ini selanjutnya akan merumuskan pertanyaan sebagai berikut.

1. Bagaimana kondisi sirkulasi sastra Korea di Indonesia?
2. Bagaimana proses interaktif (respon, unggahan, opini) pembaca Indonesia dalam platform X terhadap sastra Korea?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Penelitian tentang sastra Korea di Indonesia umumnya berfokus pada analisis tekstual dan unsur intrinsik karya, tanpa melihatnya sebagai bagian dari fenomena budaya yang lebih luas. Selain itu, meskipun telah ada penelitian tentang bagaimana sastra Korea diterima di luar negeri seperti Tiongkok, penelitian-penelitian tersebut tidak mengungkap adanya aktivitas komunitas pembaca digital. Khususnya, belum ada penelitian serupa yang mendalami resepsi sastra Korea oleh pembaca di Indonesia. Peneliti percaya bahwa penelitian ini akan memberikan wawasan yang komprehensif tentang penyebaran sastra Korea sebagai produk budaya populer di luar negeri dan bagaimana masyarakat Indonesia meresponsnya. Oleh karena itu, dalam konteks tujuan tersebut penelitian ini akan menganalisis penerimaan yang akan dilihat dari sirkulasi sastra Koreadengan melihat perkembangannya secara historis dari sisi kebijakan pemerintah dan status pelaksanaan nyata pada industri penerbitan di Indonesia praktik aktivitas pembaca di Indonesia melalui platform X.

## **1.5 Manfaat Kebaruan Penelitian**

Diharapkan pada akhir penelitian ini, hasil temuan dapat memiliki manfaat kebaruan dalam hal memahami dinamika budaya Asia Timur di Indonesia melalui konsep resepsi dan penerimaan budaya yang interaktif.

Konsepsi yang akan ditemukan dalam penerimaan budaya, budaya yang seperti apa yang membedakan dengan yang lain. Penerimaan budaya yang interaktif, bahwa masyarakat Indonesia berwacana.

Kebaruan: penerimaan budaya.

wacana bahwa penggemar Indonesia melalui platform X memberikan opini.

1. Temuan dalam penelitian dapat memberikan kontribusi secara akademis dalam diskusi penerimaan budaya populer. Hal ini diharapkan dapat menjadi sumbangan penting dalam pemahaman lebih mendalam mengenai bagaimana masyarakat Indonesia merespon dan menerima budaya populer dari Asia Timur, khususnya Korea.
2. Uraian temuan dapat digunakan sebagai bahan diseminasi penyebaran sastra Korea di luar negeri. Temuan ini memiliki potensi untuk menjadi sumber informasi penting bagi pihak-pihak yang tertarik dengan dinamika sastra Korea dan budaya Asia Timur di Indonesia.
3. Temuan hasil penelitian diharapkan dapat menjadi acuan yang berguna untuk melihat tren terkini yang sedang berkembang di kalangan pembaca sastra Korea di Indonesia. Informasi ini dapat digunakan oleh berbagai pihak, termasuk penerbit, peneliti, dan praktisi budaya, untuk mengidentifikasi preferensi dan pola konsumsi dalam sastra Korea di pasar Indonesia.

## **1.6. Kerangka Teori**

Penelitian ini mengintegrasikan payung konseptual (i) teori diplomasi budaya, strategi penyebaran budaya, dan wacana interaktif (ii) sastra korea sebagai produk budaya populer, dan (iii) teori resepsi dan respon pembaca.

## **1.6.1 Diplomasi Budaya, Strategi Penyebaran Budaya, Wacana Interaktif**

Teori diplomasi budaya adalah kerangka kerja konseptual yang digunakan untuk memahami peran budaya dalam meningkatkan citra suatu negara dalam skala global. Diplomasi budaya mengakui bahwa budaya bukan sekadar tentang identitas nasional, tetapi juga merupakan alat untuk membangun saling percaya, pengenalan, dan penerimaan antarbudaya. Teori ini bersinggungan dengan pandangan posmodernisme yang fokus pada mediasi dalam bentuk gambar, simulasi, jaringan, layar, dan tontonan (Morley dan Robins, 1995). Dalam konteks ini, diplomasi budaya membangun budaya media dengan memperkuat komunikasi melalui pendirian platform-platform untuk perdebatan publik dan ekspresi budaya yang khas. Budaya media dilihat sebagai bagian dari strategi yang lebih luas dalam diplomasi budaya melalui stimulasi inovasi budaya, identitas, dan perbedaan (ibid). Konsep ini mendorong pemahaman bahwa budaya memiliki peran penting dalam diplomasi suatu negara dan menciptakan ruang interaktif untuk dialog antar budaya.

Beberapa pandangan telah mengemukakan strategi untuk memperluas penerimaan produk budaya di berbagai negara dengan mempertimbangkan tiga faktor utama: transparansi budaya, keragaman budaya, dan hibridisasi (Huang, 2011). Pertama, strategi ekspor budaya yang ditargetkan untuk pasar global bersifat terbuka dan memungkinkan penggemar di seluruh dunia untuk mencerminkan nilai-nilai yang terkandung di dalamnya. Kedua, strategi menunjukkan kekhasan lokal untuk target masyarakat dengan perbedaan budaya. Adanya perbedaan budaya bisa menarik bagi konsumen di tempat lain, serta menjadi sumber daya di pasar budaya global. Strategi ketiga adalah strategi glokalisasi, yaitu penyesuaian produk, baik barang ataupun layanan, dengan selera pasar tertentu (ibid).

Pendekatan diplomasi budaya ini memberikan perspektif untuk menilai strategi penyebaran budaya populer, termasuk diantaranya adalah sastra, yang diterapkan oleh Korea. Dengan kondisi Korea yang sangat erat mengaitkan pembangunan nasionalnya dengan industri budaya (Huang, 2011), Korea menggunakan media sebagai sebuah alat untuk menjalankan diplomasi budaya. Strategi tersebut diupayakan untuk bermuara pada arah pembangunan identitas nasional melalui rekonstruksi wacana ke-Korea-an, yang mulai gencar sejak periode 1990-an (ibid). *Hallyu* telah menjadikan Korea sebagai negara dengan citra ‘keren, kekinian, dan modern’ yang membantu ‘mempercepat pemulihan rasa percaya diri domestik’ (Salmon dalam Huang, 2011).

## **1.6.2 Sastra Korea sebagai Produk Budaya Populer**

Dalam konteks teori budaya populer, penting untuk memahami bagaimana elemen-elemen budaya yang ada dalam sastra, termasuk di antaranya adalah fiksi populer, dapat memengaruhi dan tercermin dalam masyarakat. Elemen-elemen budaya dalam sastra dapat menjadi produk yang memiliki daya tarik bagi audiens yang luas. Kehadiran karakter-karakter seperti Fu Manchu atau karakter wanita dalam film noir adalah contoh bagaimana budaya populer menghadirkan narasi yang menarik dan kontroversial yang memengaruhi cara orang merespons dan berinteraksi dengan budaya tersebut (Morley dan Robins, 1995). Dalam teori budaya populer, peran media dalam membentuk identitas dan menggambarkan perbedaan dalam masyarakat sangat ditekankan. Selanjutnya, komentar mengenai seputar sastra populer sebagai produk budaya populer dalam media memainkan peran penting dalam membentuk persepsi dan konstruksi budaya, serta memengaruhi pemahaman masyarakat tentang identitas dan perbedaan antarbudaya.

Korea memahami betul konsep pentingnya budaya populer dalam membangun pemahaman masyarakat terkait identitas dan konstruksi budaya. Pemerintah Korea merilis sejumlah kebijakan yang mengatur tentang budaya populer sejak tahun 1970an. Sejak saat itu, pemerintah Korea menggunakan kebijakan budaya untuk memperkuat identitas nasional melalui berbagai program dan kebijakan, seperti Undang-Undang Promosi Budaya dan Seni (1972), Yayasan Budaya dan Seni Korea (1973), Undang-Undang Promosi Industri Konten Digital *On-line* (2002) untuk memfasilitasi pertumbuhan industri budaya (Levitt and Shim, 2022). Dalam menyokong berbagai produk budaya populer, pemerintah mendirikan sejumlah insitusi seperti Pusat Kebudayaan Korea (didirikan pada tahun 1971), Yayasan Korea (didirikan pada tahun 1991), Yayasan Kebudayaan dan Seni Korea (didirikan pada tahun 1973), dan Layanan Manajemen Seni Korea (didirikan pada tahun 2006). Setiap institusi ini bertujuan untuk mendukung dan memamerkan aspek-aspek budaya Korea di luar negeri dengan mengorganisir pameran seni, festival, bacaan buku—dengan kata lain, menggunakan budaya sebagai bentuk diplomasi dan kekuatan lunak.

Secara lebih spesifik, sastra sebagai ‘produk’ awalnya didukung melalui Yayasan Kebudayaan dan Seni yang secara eksplisit mempromosikan sastra Korea di luar negeri melalui terjemahan. Pemerintah juga menyelenggarakan program Penghargaan Terjemahan Korea pada tahun 1993 dan Dana Terjemahan Sastra Korea pada tahun 1996 untuk turut membantu upaya sebelumnya ini. Kegiatan tersebut digabungkan pada tahun 2001 di bawah *Korean Literature Translation Insitute* (selanjutnya disingkat KLTI) yang merupakan bagian dari upaya pemerintah Korea mempromosikan sastra sebagai bagian dari budaya yang lebih luas (ibid). KLTI memperkuat konsep sastra sebagai "produk" dan membuka peluang bagi penulis untuk meraih pengakuan lebih luas tergantung pada sejauh mana dan cakupan peredaran karya-karya mereka. Undang-Undang Promosi Sastra disahkan pada tahun 2014, dengan menginstitusionalisasikan banyak upaya sebagai berikut (Shim, 2021).

Pertama, undang-undang ini menekankan tanggung jawab Kementerian Kebudayaan, Olahraga, dan Pariwisata untuk mempromosikan sastra Korea di luar negeri dan menunjuk KLTI sebagai lembaga kunci yang bertanggung jawab atas misi ini dengan merangkul berbagai agen, termasuk di antaranya adalah perwakilan pemerintah, industri, dan komunitas. Korea tidak sendirian dalam dukungan pemerintah terhadap produksi dan ekspor sastra. Hal yang unik di sini adalah besarnya sumber daya yang diperuntukkan untuk tujuan tersebut. Dengan anggaran tahunannya sekitar tujuh miliar KRW (sekitar $6.500.000 USD) pada tahun 2019, Korea jauh melampaui pemerintah lain dalam hal pengeluaran untuk mempromosikan sastra. Anggaran yang besar ini memungkinkannya untuk mengejar tujuannya di berbagai aspek (Shim, 2021). Dua puluh tujuh persen dari anggaran negara mendukung terjemahan, sedangkan 19% mendukung akademi terjemahan, yang melatih penerjemah Korea dan non-Korea untuk menerjemahkan karya sastra Korea ke berbagai bahasa. Program tambahan melibatkan berbagai festival, pengadaan majalah, penghargaan dan dukungan bagi individu dan organisasi yang memberikan kontribusi substansial pada bidang tersebut.

Kedua, undang-undang tersebut juga melindungi hukum dan ketentuan ketika seorang penulis, penerjemah, atau penerbit nasional atau internasional merekomendasikan teks Korea yang mereka anggap layak dan mampu beredar di pasar luar negeri. Ini termasuk profesor sastra Korea yang tinggal di luar negeri yang ingin menghadirkan karya tertentu ke dalam kurikulum mereka. Individu tersebut mengajukan proposal resmi, yang menjelaskan nilai dan daya tarik buku tersebut, contoh terjemahan, dan rencana penerbitan. Proposal-proposal ini kemudian melalui tinjauan tiga langkah: Pertama, evaluator asing, yang umumnya adalah penerbit atau editor yang bekerja di luar negeri, mengevaluasi sampel terjemahan berdasarkan akurasi dan kemahiran menulis. Selanjutnya, para ahli Korea menilai nilai sastra, dan kemudian, sebuah komite editorial dan penasihat ketiga memutuskan apakah akan menerbitkan terjemahan tersebut. Menurut Boohan Yun dari KLTI dalam wawancara Januari 2019, para ahli bahasa sumber dan target membuat seleksi berdasarkan kualitas terjemahan. Seleksi tersebut menilai apakah sastra ini adalah representasi baik dari sastra Korea di masa lalu atau sekarang, dan apakah pembaca di luar negeri akan meresponsnya.

## **1.6.3 Resepsi dan Respon Pembaca**

Resepsi mengacu pada pemahaman kesadaran atau cara individu menerima dan mengerti suatu hal. Hoggart (1917) membaca suatu resepsi atau keberterimaan melalui hubungan teks dengan budaya dan individu masyarakat. Hoggart (1917) berpendapat bahwa studi resepsi dapat diterapkan dalam berbagai bentuk budaya populer, seperti lagu atau fiksi populer. Teori mengenai studi resepsi semakin berkembang dengan didukung oleh pendapat Hall (1980) yang menghubungkan peranan produsen, media, dan konsumen budaya. Dalam proses konsumsi budaya, khalayak dapat secara aktif membaca teks media, bukan menerimanya secara pasif; mereka menginterpretasikan teks media sesuai dengan latar belakang budaya mereka sendiri, status ekonomi, dan pengalaman pribadi (Hall, 1980). Khalayak sebagai ‘pembaca teks’ sejati, bukanlah penerima pasif semata dari teks, tetapi pencipta sebenarnya dari teks melalui serangkaian sisipan (*incrustations*) intertekstual yang dimediasinya (Bennett, 1982). Menurut Hall, konsumen budaya dapat berperan aktif dalam proses memahami dan menginterpretasikan pesan yang mereka terima dari media, sesuai dengan konteks budaya mereka. Ini memungkinkan mereka untuk membangun pemahaman mereka sendiri terhadap informasi yang disajikan oleh media.

Hall (1980) membuat suatu kerangka teori studi resepsi dengan mengidentifikasi dua elemen kunci, yaitu pencipta pesan (*encode*) dan penerima pesan (*decode*). Hall (1980) membagi 3 kategori audiens saat melakukan *decoding*: *dominant reading, negotiated reading,* dan *oppositional reading.*

1. *Dominant reading* : Audiens yang menerima karya yang diberikan *encoder* secara penuh tanpa ada catatan tambahan.
2. *Negotiated reading* : Audiens yang menerima pesan *encoder* meskipun bertentangan dengan keyakinan pribadi audiens. Audiens dalam kategori ini terkadang memodifikasi kode yang diterimanya dengan cara yang mencerminkan kode tersebut berdasarkan posisi, pengalaman, dan minatnya sendiri.
3. *Oppotitional reading* : Audiens memahami pesan yang dikirimkan *encoder* tapi tidak menerima gagasan *encoder* mengenai konsep atau subjek yang disampaikan dalam karya. Penyebabnya bisa beragam, termasuk karena bertentangan secara moral, mengganggu secara emosional, keyakinan agama, pandangan politik, dll.

Lebih lanjutnya, dalam perkembangan studi resepsi Jansson&Jesper (2006) berpendapat bahwa konsumsi budaya tidak hanya melibatkan proses membaca (*decoding*) dari apa yang telah ditulis (*encoded*), tetapi juga *re-encoding* (menulis ulang). Proses ini dilakukan oleh aktor sosial dalam konteks sosial tertentu dan membentuk satu sistem kontinuitas dalam sejarah. Konsep *re-encoding* menjadi penting dalam memahami mengapa pembentukan citra negara (*nation-branding*) dapat terjadi dalam proses konsumsi budaya. Tindakan *re-encoding* ini melibatkan kerja sama antara media, industri, dan konsumen lokal (Huang, 2011).

Dalam konteks penelitian ini, fokus utama adalah pada resepsi pembaca yang ditunjukkan dalam diskusi tentang sastra dan buku, atau bisa disebut resensi. Resensi merupakan teks yang menyajikan informasi, interpretasi, dan kritik terhadap buku yang telah diterbitkan, dengan tujuan memberikan wawasan lebih mendalam kepada pembaca (Kang, 2016). Resensi dapat diklasifikasikan menjadi beberapa jenis, seperti resensi penerbit, resensi pembaca, dan resensi profesional, tergantung pada penulisnya. Selain itu, resensi buku bisa ditemukan dalam berbagai media, seperti surat kabar, jurnal akademis, internet, radio, televisi, blog, media sosial, dan *podcast.*

Resensi di platform daring memiliki keleluasaan dalam format dan panjangnya, namun berkualitas bervariasi, karena mencerminkan preferensi pribadi pembaca. Meskipun begitu, sebagai suara konsumen dan pengguna buku yang sebenarnya, resensi daring memiliki nilai yang signifikan dalam analisis resepsi pembaca. Resensi daring berbeda dari resensi buku profesional karena sifatnya yang interaktif dan multimedia, bisa ditulis oleh siapa saja, dan memungkinkan pembaca untuk berbagi pendapat (ibid). Proses ini memungkinkan pembaca membentuk konsensus, dan mengakses informasi terkait suatu karya dengan mudah melalui jaringan informasi.

## **1.7 Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui kajian pustaka dan *digital data mining*. Teknik pengumpulan data kajian pustaka digunakan dalam mengumpulkan informasi yang komprehensif terkait dokumen yang relevan mengenai sastra Korea, diplomasi budaya, dan studi kebudayaan. Tinjauan tersebut akan dikumpulkan secara runut melalui analisis dokumen, pers rilis, dan media terkait topik penelitian. Khususnya, teknik ini digunakan dalam mengidentifikasi berbagai sirkulasi sastra Korea di luar negeri, dengan fokus pada kasus Indonesia. Sementara itu, teknik pengumpulan *digital data mining* digunakan dalam upaya mencari informasi terkait kondisi sastra Korea di tengah pembaca Indonesia. Jenis pengumpulan data ini melibatkan analisis morfologis, yaitu dengan mengumpulkan data berupa kata-kata kunci yang digunakan dalam ulasan dan diskusi pembaca di komunitas pembaca platform X.

1. **Data dan Sumber Data**

Seiring dengan pengumpulan dokumen guna kajian pustaka, peneliti melakukan observasi langsung untuk mendapatkan gambaran yang utuh dan menyeluruh tentang fenomena sastra Korea di Indonesia. Pertama, peneliti melakukan pengamatan aktivitas di pasar buku lokal di Indonesia untuk melihat dinamika pergerakan sastra Koreadi Indonesia. Data pengamatan tersebut termasuk pencatatan judul-judul karya sastra Korea terjemahan Indonesia dari tahun 2002-2022 untuk mendapat gambaran mengenai frekuensi penyebaran sastra Korea di Indonesia. Setelahnya, hasil observasi dilakukan pengecekan silang dengan korpus digital yang tersedia di *database* situs *Korean Literature Translation Institute* dan situs resmi penerbit, yaitu Gramedia Pustaka, Haru Publisher, Siera Media, Pustaka Obor. Observasi ini akan dilakukan secara terstruktur dengan format pencatatan data yang telah dipersiapkan sebelumnya. Peneliti akan mencatat sejumlah data berupa judul, tahun terbit, nama pengarang, nama penerbit dari masing-masing buku yang ditemukan. Peneliti juga mencatatat informasi penting, seperti halnya karya sastra yang cukup menonjol dan mendapat perhatian, misalnya karya dengan catatan penjualan tinggi serta karya dengan respon baik pembaca.

Selanjutnya, peneliti akan melakukan observasi keadaan pembaca Indonesia dan melihat aktivitas terkait sastra Korea di platform digital. Data tersebut akan diambil dengan menggunakan teknik *digital data mining.* Unggahan di platform X terkait aktivitas resepsi sastra Korea termasuk di antaranya adalah aktivitas mendiskusi topik, berbagi pengalaman membaca, dan merekomendasi karya akan dimasukkan ke dalam data. Unggahan tersebut dipandang sebagai proses dialektika antara manusia dan bacaan yang dibaca. Barker (2012) menyatakan bahwa seseorang akan mengolah kembali apa yang ia dapat dari membaca dengan pengalaman yang ia punya ketika ia menyerap sebuah bacaan. Proses ini yang dipandang sebagai satu proses pemaknaan dan dibangun melalui tanda. Tanda tersebut bisa berupa tanda bahasa ataupun tanda dalam teks (Barker, 20012). Lebih lanjutnya, identitas pembaca karya tersebut dapat merefleksikan penerimaan karya sastra Korea di Indonesia. Oleh sebab itu, penelitian ini akan mengambil data tanda tersebut berupa kata-kata kunci yang diunggah para pembaca di platform X. Dipilihnya platform X karena basis utama unggahan media sosial tersebut berupa teks, sehingga data lebih mudah dipilah. Selain itu, melalui pengamatan yang telah peneliti lakukan, diskusi pembaca di platform X juga lebih dinamis dan internatif dibandingkan dengan platform digital lain.

Penelitian ini akan membatasi ruang lingkup data dan analisis pada berbagai aspek terkait dengan penyebaran dan resepsi sastra Korea di Indonesia. Pertama, penelitian akan melibatkan data tinjauan pustaka yang mencakup dokumen, rilis pers, dan media yang relevan terkait penyebaran sastra Korea di luar negeri. Data ini akan merinci fenomena terkait sastra Korea di Indonesia mulai dari tahun 2002 hingga 2022. Alasan pemilihan tahun 2002 adalah sebagai titik awal dari kontak budaya populer Korea di Indonesia. Penelitian akan membatasi data hingga tahun 2022, mengingat penelitian ini dilakukan pada pertengahan tahun 2023 untuk memastikan kelengkapan data yang terkumpul.

Kemudian, dalam mengumpulkan data resepsi pembaca, penelitian ini akan berfokus pada opini dan sikap pembaca terkait sastra Korea secara daring, yang akan diambil dari komunitas baca dan diskusi sastra di platform X. Diskusi berbasis daring di media sosial menjadi saluran utama untuk penemuan, promosi, dan penyebaran buku sastra. Platform X dipilih sebagai fokus utama karena sifatnya yang berbasis unggahan teks, yang lebih cocok untuk menganalisis opini dan tanggapan pembaca. Di samping patform X dan media sosial lain, situs toko buku daring sebetulnya juga memiliki banyak ulasan pembaca, tapi peneliti memutuskan untuk mengecualikannya karena pada umumnya ulasan tersebut tidak secara langsung terkait dengan konten buku, tetapi bercampur dengan ulasan faktor fisik seperti pengiriman dan kondisi buku.

Pada tahap awal, peneliti melakukan pengamatan pada sejumlah komunitas pembaca digital dengan mengikuti (*follow*) beberapa akun komunitas membaca untuk selanjutnya menentukan *sample*. Selanjutnya, peneliti memutuskan akun komunitas *Literary Base* sebagai *sample* karena sifatnya yang merupakan akun arus utama di antara komunitas pembaca lain. *Literary Base* adalah sebuah akun *auto-mention-confess* atau *auto-base.* Akun *auto-base* adalah akun yang berfungsi sebagai media berbagi pendapat yang tak ubahnya sebuah komunitas (Dwiwina & Putri, 2021). Data ini akan mencakup opini dan percakapan pembaca terkait sastra Korea dalam rentang waktu dari tahun 2018 hingga 2022. Komunitas *Literary Base* dipilih karena bersifat komunitas pembaca arus utama dan terbuka untuk umum, sehingga dapat memberikan beragam data opini dari berbagai kalangan pembaca, tidak hanya dari pembaca eksklusif dari kalangan cendekiawan saja, akademis saja, dan *niche* pembaca lainnya.

Kemudian, dengan bantuan fitur pencarian di platform X, peneliti melakukan kurasi data dengan beberapa kata kunci terkait, seperti misalnya ‘sastra Korea’, ‘buku korea’, ‘buku korea terjemahan’, ‘novel korea’, dsb. Data mentah yang diperoleh adalah unggahan terkait aktivitas membaca, yang akan dicatat dalam format pencatatan data yang meliputi informasi user pengguna, tanggal unggahan, isi komentar atau unggahan, jumlah *re-tweet*, balasan, dan tombol suka. Data yang sudah terkumpul kemudian melalui tahapan *pre-processing* dengan tahap pengolahan data digital berupa *cleaning, case folding, tokenizing, stopword removal, stemmin* untuk mendapatkan kata kunci terkait respon pembaca*.* Demi pelaksanaan yang efektif, tahapan *pre-processing* ini memanfaatkan bantuan alat *google collab* dengan bahasa program python*.* Tahapan *pre-processing* akan melalui langkah seperti pada tabel progres di bawah, guna mengolah data mentah menjadi data penelitian yang lebih sederhana dan mudah untuk dianalisis.

| Contoh kalimat komentar : Kebijakan baru yang sangat baik. Semoga dapat terealisasi, dan dapat disosialisasikan dengan baik. | |
| --- | --- |
| **Tahap** | **Hasil** |
| *Cleaning* | Kebijakan baru yang sangat baik semoga dapat segera terealisasi dan dapat disosialisasikan dengan baik |
| *Case Folding* | kebijakan baru yang sangat baik semoga dapat segera terealiasi dan dapat disosialisasikan dengan baik |
| *Tokenizing* | (kebijakan)(baru)(yang)(sangat)(baik)(semoga)(dapat)(segera)(terealiasi)(dan)(dapat)(disosialisasikan)(dengan)(baik) |
| *Stopword Removal* | (kebijakan)(baru)(sangat)(baik)(semoga)(dapat)(segera)(terealiasi)  (dapat)(disosialisasikan)(baik) |
| *Stemming* | (bijak)(baru)(sangat)(baik)(semoga)(dapat)(segera)(realiasi)  (dapat)(sosialisasi)(baik) |

Tabel 1. Tahap *Pre-processing Data*

**2. Analisis Data dan Pembahasan**

Di bawah payung teori diplomasi budaya dan resepsi budaya, penelitian ini akanmengkaji strategi penyebaran sastra Koreadengan menyajikan perkembangannya secara historis berdasarkan temuan data observasi dan kajian pustaka yang telah dilakukan. Pada bagian ini, hasil pembahasan akan diuraikan secara deskriptif dengan menyoroti fenomena-fenomena penting terkait sastra Koreadi Indonesia. Kemudian, penelitian ini akan mengungkap situasi terkini keberterimaan sastra Koreasebagai komponen integral produk budaya populer dengan menguraikan fenomena yang terjadi dalam praktik aktivitas pembaca melalui forum diskusi digital platform X. Hasil penelitian akan disajikan dalam bentuk visualisasi tabel dan selanjutnya diuraikan secara deskriptif dengan berdasarkan pendekatan resepsi budaya. Penelitian ini akan mengungkap keberterimaan sastra Koreadi Indonesia, yaitu berkaitan dengan situasi resepsi para pembaca di platform X dan hubungannya dengan model *encoding - decoding - re-encoding* yang dikemukakan Hall (1980) dan Jansson (2002).

**3. Penarikan Kesimpulan**

Setelah menyelesaikan pengumpulan korpus data dan analisis, peneliti akan menyimpulkan hasil penelitian berdasarkan pertanyaan penelitian yang diajukan. Kemudian, peneliti juga akan berusaha untuk mengasumsikan perkiraan resepsi sastra Korea di masa mendatang, terutama dalam konteks pembaca Indonesia.

# **2. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Sirkulasi Sastra Korea di Indonesia**

Data yang digunakan untuk mengidentifikasi status publikasi sastra Korea di Indonesia adalah data yang dikumpulkan dari korpus digital yang tersedia di *database* situs *Korean Literature Translation Institute* dan situs resmi penerbit: Gramedia Pustaka; Haru Publisher; Siera Media; Pustaka Obor; Mizan; Penerbit Ufuk; Transmedia. Data penelitian ditunjukkan pada Tabel 1.1.

| Tahun | 2002-2006 | | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Jumlah publikasi | 0 | | 2 | 0 | 0 | 0 | 1 | 9 | 4 |
| Tahun | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
| Jumlah publikasi | 6 | 6 | 3 | 5 | 4 | 10 | 23 | 19 | 17 |

Tabel 1.1. Status Publikasi Penerjemahan Sastra Kontemporer Korea di Indonesia

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa pada saat awal *hallyu* masuk ke Indonesia, sastra Korea belum menjadi bagian dari produk budaya populer yang diekspor masuk dengan tidak adanya publikasi sastra sama sekali pada tahun 2002 hingga 2006. Bahasa Korea adalah bahasa minoritas, dan agar sastra Korea dapat menjangkau pembaca internasional, Korea menunggu popularisasi skala besar dari beberapa produk budaya populernya yang lain. Pada 2007, *Laut dan Kupu-Kupu* [바다와 나비(외): 한국단편선집] dan *Puisi buat Rakyat Indonesia* [한국현대시선집] dipublikasikan sebagai publikasi penjajakan untuk melihat ketertarikan pembaca Indonesia terhadap karya sastra Korea. *Laut dan Kupu-Kupu* adalah karya dari penulis Korea modern awal Ha Geun Chan dan merupakan salah satu karya representatif sastra Korea. Sementara itu, *Puisi buat Rakyat Indonesia* merupakan sebuah antologi berisi 25 puisi karya penyair Korea. Dilihat dari proses penerbitan, kedua karya tersebut didukung oleh KLTI dan masing-masing *Laut dan Kupu-Kupu* dan *Puisi buat Rakyat Indonesia* diterbitkan oleh penerbit Gramedia Pustaka Utama (GPU) dan Pustaka Obor. Dari sini dapat dilihat bahwa pada awalnya karya sastra Korea yang diekspor masih belum bisa menjangkau pembaca publik yang luas karena tema karya yang cenderung sengaja ditujukan pada segmen pasar yang spesifik, yaitu pembaca yang memiliki latar belakang atau pengetahuan tentang budaya Korea.

Pada 2011, satu karya sastra Korea dipublikasikan ke pasar pembaca Indonesia. Karya ini adalah *Please Look After Mom: Ibu Tercinta* karya Kyung Sook Shin. Karya ini secara umum mendapat perhatian pembaca internasional setelah memenangkan penghargaan *Man Asian Literary Prize* di tahun yang sama. Namun, pada saat tahun publikasinya, karya tersebut belum mendapat perhatian luas pembaca Indonesia. Sekalipun karya tersebut merupakan satu karya representatif sastra Korea bagi pembaca internasional, informasi tersebut tidak cukup menarik perhatian pembaca Indonesia. Hal ini membuktikan belum adanya gelombang sastra Korea di pasar penggemar budaya Korea di Indonesia. Khususnya, terlihat dari tidak adanya publikasi lain yang dilakukan di tahun 2011. Di tahun berikutnya pada tahun 2012, publikasi meningkat drastis dengan publikasi karya sastra yang didominasi novel fiksi yang telah diadaptasi dalam format drama dan film. *The Moon That Embraces The Sun, My name is Kim Sam Soon,* dan *Coffee Prince* adalah novel yang sebelumnya sudah diadaptasi dalam format drama, sementara *Princess Deokhye,* *Our Happy Time,* dan *Wonderful Radio* adalah novel yang sebelumnya telah diadaptasi dalam bentuk film. Dua karya lain yang dipublikasikan pada tahun tersebut adalah karya yang ditulis oleh penulis yang terkenal berkat karya lainnya yang telah diadaptasi dalam drama, yaitu *My Boyfriend's Wedding Dress,* serta novel karya seorang penulis sekaligus aktris drama berjudul *Tango.* Kesamaan dari karya publikasi tahun 2012 adalah keterkaitannya erat dengan produk sinema Korea, yaitu drama dan film.

Usai kesuksesan menjaring penggemar dengan menggunakan dukungan intergrasi produk budaya populer lain pada tahun 2012, pola strategi penyebaran yang serupa masih diterapkan pada tahun selanjutnya. Selain itu, penjajakan integrasi lain juga dilakukan dengan menjajaki kerja sama kelembagaan. Di Indonesia, langkah ini terwujud dengan dipublikasikannya *Seri Sastra Korea Abad Ke-20 Jilid 1* pada 2014 dengan melibatkan kerja sama antara KLTI, *Korean Cultural Center Indonesia* (selanjutnya disingkat KCCI), dan Universitas Indonesia. Buku ini merupakan satu antologi karya yang mencoba mempermudah akses pembaca lokal terhadap karya sastra Korea representatif abad ke-20. Meskipun buku tersebut tidak diperjualbelikan kepada khalayak umum, namun aksesnya cukup mudah karena tersebar di pelbagai perpustakaan. Distribusi buku ini didukung oleh peran KCCI. Khususnya, selain distribusi ke perpustakaan, KCCI turut menyebarkan buku tersebut di kalangan penggemar budaya Korea dengan pengadaan sayembara berhadiah buku terkait maupun penyelenggaraan acara yang mendukung promosi buku dan sastra Korea.

Pada tahun 2019, titik peningkatan jumlah publikasi karya sastra Korea di Indonesia kembali terjadi. Dilihat dari segi tema dan genre, pada tahun tersebut ragam sastra Korea yang dipublikasikan juga mengalami peningkatan. Pada tahun-tahun sebelumnya, publikasi cenderung berfokus pada mempromosikan sastra Korea melalui pendekatan sinema Korea serta publikasi yang bersifat rujukan karya sastra representatif. Karya-karya tersebut secara alami tersegmentasi pada pembaca dengan karakter: 1) penggemar film atau drama Korea, dan 2) pemelajar serta pemerhati bahasa dan budaya Korea. Perubahan pada tahun 2019 terlihat pada strategi penyebaran yang mulai menjajaki publikasi karya berbentuk prosa esai. Lebih lanjutnya, karakteristik publikasi pada tahun 2019 adalah terletak pada cara Korea mencari perhatian pembaca lokal dengan isu yang berkemungkinan mendapat simpatisan oleh pembaca non-penutur bahasa Korea, non-pemelajar budaya Korea, dan non-penggemar budaya Korea. Hal ini dalam kata lain dapat dikatakan bahwa Korea mulai menjajaki pasar penggemar pembaca umum. Empat karya yang dipublikasikan pada tahun 2019: *I Want to Die but I Want to Eat Tteokpokki; Tak Mungkin Membuat Semua Orang Senang; Bukannya Malas, Cuma Lagi Mager;*  *Santai Aja, Namanya Juga Hidup* adalah karya yang mengangkat isu kesehatan mental. *I Want to Die but I Want to Eat Tteokpokki* secara khusus mendapat perhatian lebih di kalangan pembaca Indonesia. Korea memberikan angin segar karena tidak banyak buku mengenai isu kesehatan mental yang ditulis oleh penulis Asia dan dipublikasikan di Indonesia. Selain itu, Korea juga mencoba peruntungan dengan mempublikasikan satu karya bergenre misteri berjudul *The Good Son.* Strategi ini turut dicoba oleh Korea dengan turut mengikuti prototipe ragam sastra Jepang yang beredar di Indonesia. Hal ini dikarenakan sastra Jepang bergenre misteri mendapat sambutan hangat di tengah-tengah pembaca Indonesia.

Pemerintah Korea mempromosikan kebebasan budaya sambil aktif campur tangan dalam sektor budaya. Sektor budaya bergantung pada kemitraan swasta-publik (Borin 2017), negara Korea berkomitmen pada demokratisasi dan pembangunan. Oleh karena itu, isi kebijakan tidak selalu konsisten atau kohesif meskipun tujuan utama untuk mempromosikan budaya secara global selalu teguh (Lee 2019). Hal ini berlaku juga untuk KLTI. Alih-alih menetapkan tujuan umum yang harus diikuti semua orang, organisasi ini mendorong agen sastra dan para profesional untuk memajukan agenda mereka sendiri guna mencapai tujuannya yang paling penting, yaitu menarik lebih banyak pembaca internasional (Shim 2021a). Hal ini ditemukan dalam proses sirkulasi dan penerimaan sastra Korea di Indonesia. Khalayak secara berangsur menerima kedatangan sastra Korea di tengah-tengah pilihan ragam literasi di Indonesia. Dalam tahapan terkini dalam pengamatan komunitas pembaca di platform X, para pembaca mengunggah berbagai pengalaman mereka terhadap sastra Korea. Unggahan pengalaman tersebut sekaligus mencerminkan tahap penerimaan sastra Korea di tengah-tengah pembaca Indonesia secara riil. Dalam hal ini, para pembaca menghasilkan teks-teks budaya baru secara sukarela melalui unggahan mereka di platform X. Mereka sesungguhnya adalah agen perpanjangan dari kekuatan yang tanpa disadari menjadi agen promosi tidak langsung (Sugihartati, 2017). Interaksi daring dan partisipasi aktif pembaca turut meneruskan gaung sastra Korea ke publik yang lebih luas.

### **2.2. Resepsi Sastra Korea dalam Lingkup Pembaca di Indonesia**

Hasil pengamatan penerimaan khalayak pembaca Indonesia terhadap sastra Korea di platform X menunjukkan bahwa terdapat lima kata kunci utama yang sering digunakan oleh pembaca ketika membahas sastra Korea, yaitu: ‘buku’; ‘aku’; ‘baca’; ‘terjemahan’; dan ‘Korea’. Berdasarkan teori resepsi (Hall, 1980), penerimaan sastra Korea sebagai produk budaya di tengah khalayak penggemar Indonesia menunjukkan sebuah proses negosiasi yang menggambarkan sikap proaktif terhadap kemunculan produk budaya tersebut. Sesuai dengan uraian sebelumnya dalam sirkulasi sastra Korea di Indonesia, sastra Korea tidak langsung diterima setelah tiba di pasar pembaca Indonesia. Produk budaya ini diterima usai melalui serangkaian proses sisipan intertekstual yang memediasikannya di kalangan penggemar lokal. Analisis resepsi sastra Korea di antara pembaca Indonesia di platform X selanjutnya diuraikan sebagai berikut.

### **2.2.1. Negosiasi Sastra Korea dan Minat Pembaca Indonesia**

Secara drastis, kata kunci ‘buku’ adalah yang paling banyak ditemukan dalam diskusi sastra Korea di platform X. Kata kunci ini banyak ditemukan digunakan bersamaan dengan judul-judul karya sastra dan topik atau tema buku yang populer di antara khalayak pembaca Indonesia. Berdasarkan temuan pengamatan, judul-judul karya yang sering didikusikan antarpembaca adalah buku sastra Korea yang diterbitkan selama kurang lebih 3 tahun terakhir, seperti *Kim Ji Young lahir 1982* (82년생 김지영), *Almond* (아몬드), dan *I Want to Die but I Want to Eat Teokpokki* (죽고싶지만 떡볶이를 먹고 싶다). Selain itu, dari segi genre, pembaca Indonesia cenderung terpapar pada terjemahan buku Korea, terutama novel dan esai, yang dominan dalam tema *self-improvement*, kesehatan mental, dan gender.

|  |
| --- |
| *Gambar 1.1. Kata kunci terkait ‘buku’ dalam diskusi sastra Korea di platform X* |

Adanya kecenderungan tema pada minat pembaca tersebut dikarenakan tema-tema tersebut adalah tema yang juga dialami oleh pembaca Indonesia. Dalam hal ini, sastra Korea dengan lebih mudah dapat diterima di pembaca Indonesia karena pembaca dimediasi atas rasa simpati terhadap isu keprihatinan yang diangkat dalam karya. Isu gender, kepribadian, dan kesehatan mental adalah isu universal yang dapat dipahami pembaca tanpa harus memiliki pengetahuan mendalam mengenai masyarakat Korea. Karya-karya sejenis ini cenderung lebih populer di kalangan penggemar. Hal ini juga bisa disinyalir sebagai alasan di balik merebaknya publikasi karya-karya serupa sejak tahun 2019. Ketika sastra Korea dikomodifikasikan sebagai satu produk budaya populer, pembentukan pasar adalah satu hal yang penting. Oleh karena itu, karya-karya yang serupa kian marak dipublikasikan sejak mendapat tanggapan yang baik di tengah khalayak pembaca Indonesia.

Selanjutnya, kecenderungan seringnya penggunaan kata 'aku' dalam unggahan sastra Korea di platform X mengindikasikan bahwa pembaca, secara reflektif menjalin koneksi personal dengan suatu karya sastra melalui unggahan yang mereka bagikan. Seperti yang dijelaskan oleh Hall (1980), dalam proses *decoding*, interpretasi pesan berkembang dari subjektivitas individu penerima, dan penggunaan kata ‘aku’ dengan tegas menyoroti aspek tersebut. Subjektivitas individu ini secara lebih lanjut direfleksikan dalam berbagai unggahan yang membagikan pengalaman masing-masing individu dalam interaksinya dengan sastra Korea, termasuk dalam pengalaman membaca.

|  |
| --- |
| *Gambar 1.2. Kata kunci terkait ‘baca’ dalam diskusi sastra Korea di platform X* |

Kata kunci ‘baca’ yang ditemukan dalam unggahan platform X, seringkali digunakan bersamaan dengan ungkapan ‘pernah’, ‘ingin’, ‘pertama’, ‘belum’, ‘terjemahan’, ‘baru’, ‘nggak’, dan ‘tertarik’. Temuan tersebut menunjukkan bahwa dalam konteks pengalaman membaca, khalayak terbagi menjadi dua, yaitu mereka yang telah memiliki pengalaman membaca sastra Korea dan mereka yang memiliki keinginan untuk melakukannya. Adanya kata-kata seperti 'belum', ‘pertama’ dan 'baru' menunjukkan bahwasannya sastra Korea adalah satu konten yang segar di kalangan para pembaca. Penggunaan kata kunci 'tertarik' secara bersamaan juga menunjukkan adanya minat positif dan sambutan pembaca terhadap sastra Korea secara umum.

Dalam eksplorasi minat pembaca terhadap sastra Korea, terlihat bahwa penyebaran sastra Korea di kalangan penggemar Indonesia melibatkan sejumlah negosiasi. Sastra Korea masih relatif baru dan memiliki keterbatasan akses dibandingkan dengan konten budaya populer Korea lainnya. Oleh karena itu, sebagai satu produk budaya populer, sastra Korea disambut meski tidak secara sepenuhnya diterima karena harus melalui beberapa negosiasi tertentu. Hall (1980) menyebut hal ini sebagai satu bentuk audiens *decoding* yang dikategorikan dalam *negotiated reading.* Khalayak pembaca Indonesia menerima sastra Korea dengan penyesuaian preferensidan pengalaman yang dimiliki.

Khalayak pembaca di platform X cenderung sulit diidentifikasi secara spesifik sebagai penggemar sastra Korea. Pembaca sastra Korea merupakan mereka yang secara umum menyukai buku sastra, dan sebagian yang lain adalah yang tertarik pada sastra Korea karena pengaruh konten budaya Korea lainnya. Meski demikian, ada kesamaan yang dapat dicatat di antara keduanya, yaitu dalam aktivitas *re-encoding* ketika merekomendasikan dan direkomendasikan suatu karya sastra. Banyak pembaca terpikat untuk mengeksplorasi karya sastra Korea setelah mendapatkan rekomendasi dari sesama pembaca; membaca review, *blurb*, atau sinopsis; dan tertarik oleh prestasi karya yang diakui melalui perolehan penghargaan atau karena karya tersebut telah menjadi pilihan bacaan bagi figur publik tertentu.

|  |
| --- |
|  |
| *Gambar 1.3. Unggahan tentang merekomendasi karya sastra Korea berdasarkan reputasi yang karya* |

Kegiatan merekomendasi dan direkomendasi menjadi satu kegiatan inti dalam komunitas pembaca sastra Korea di platform X. Kegiatan ini mencerminkan dinamika yang umumnya ditemukan dalam pelbagai komunitas *fandom*. Dalam konteks ini, kekuatan bersatu untuk berbagi nilai dan emosi antarpenggemar menjadi landasan utama. Budaya *fandom* tidak hanya berperan sebagai mekanisme perilaku kelompok yang terhubung melalui pengabdian emosional, tetapi juga mengandung kekuatan otentik yang muncul dari identitas emosional mereka sendiri. Komunitas yang didasarkan atas *fandom* berkomunikasi melalui hal-hal yang dekat dengan preferensi hal yang idolakan. Dalam hal ini, pesan ‘sastra Korea’ yang dikirimkan oleh *encoder* dinegosiasi melalui perantara budaya *fandom.* Unggahan pertama di gambar 1.3. menyoroti satu karya sastra Korea berjudul *Vegetarian* (채식주의자) karya Han Kang. Pengguna akun @sayaquavi memahami bahwa penulis dan karya sastra Korea belum begitu dikenal oleh pembaca lokal, sehingga dalam unggahannya ketika menyebutkan karya tersebut, dia menekankan bahwa karya tersebut telah meraih penghargaan prestisius. Selain itu, pengunggah juga menyebutkan Eka Kurniawan, seorang sastrawan terkemuka di Indonesia, yang juga direkomendasikan dalam kategori penghargaan serupa, untuk menambahkan legitimasi terhadap prestasi karya tersebut. Negosiasi yang serupa juga ditemukan dalam unggahan kedua di gambar 1.3 yang memperkenalkan buku *Apakah Ucapan Bisa Menjadi Obat* (언어의 온도)karya Lee Ki Joo dengan turut menyebutkan beberapa figur idola Korea yang sudah pernah membaca karya tersebut. Secara khusus, akun pengunggah dalam gambar kedua yaitu @myday6reads adalah satu akun yang khusus ditujukan untuk mendiskusi literasi berkaitan dengan grup band DAY6 asal Korea. Sementara itu, akun @caratsread yang ikut disebut dalam lampiran gambar unggahan adalah akun khusus yang ditujukan untuk mendiskusi literasi berkaitan dengan grup idola Seventeen asal Korea. Dua contoh akun tersebut mengindikasikan bahwa dalam komunitas pembaca sastra Korea di platform X, juga terdapat kecenderungan untuk membentuk kelompok pembaca berdasarkan preferensi grup idola K-pop. Keberadaan akun-akun ini secara spesifik mengubah pesan sastra Korea sebagai produk budaya populer. Perlu diakui bahwa sebagian pembaca sastra Korea juga merupakan penggemar dari grup idola tertentu. Hal ini kemudian menambah dimensi khusus pada identitas mereka sebagai khalayak pembaca. Dengan karakteristik ini, audiens pembaca cenderung lebih terbuka terhadap aktivitas terkait dengan figur idola mereka, termasuk membaca karya sastra yang sejalan dengan preferensi literatur idola kesayangan. Oleh karena itu, keberadaan akun-akun komunitas pembaca berdasarkan grup idola tersebut difungsikan untuk menyajikan dan memperkenalkan sastra Korea dengan cara yang lebih terfokus kepada para penggemar yang terkelompok. Hal ini tidak hanya mencerminkan proses *re-encoding* yang terjadi secara terus menerus oleh pembaca Indonesia sebagai *negotiated reader*, tetapi juga menggambarkan dinamika yang unik dalam interaksi antara sastra dan fenomena budaya populer seperti *K-pop*.

### **2.2.2. Pemaknaan Khalayak terhadap Sastra Korea**

Pemaknaan khalayak pembaca Indonesia terhadap sastra Korea yang tercermin dalam unggahan platform X menunjukkan bahwa khalayak memaknai teks sastra berdasarkan pengalamannya sendiri dan makna teks sastra tidak dapat dipaksakan secara spesifik pada khalayak. Penggunaan kata kunci 'terjemahan' yang ditemukan berkaitan dengan berbagai kata kunci lain menunjukkan bahwa pembaca masih tergantung pada karya sastra Korea yang telah diterjemahkan ke dalam bahasa perantara, seperti bahasa Indonesia maupun bahasa Inggris. Unggahan yang menyebut ‘terjemahan’ sifatnya mengevaluasi keterbacaan bahasa serta menunjukkan keterbatasan bahasa yang dimiliki pembaca Indonesia pada umumnya ketika menikmati sastra Korea. Dalam hal ini, pembaca yang terbagi menjadi dua yaitu pembaca yang sudah pernah membaca suatu karya dan pembaca yang ingin membaca suatu karya terhambat oleh adanya kendala bahasa dan mengandalkan terjemahan sebagai perantaranya. Pembaca yang sudah pernah membaca juga menunjukkan ragam penerimaan yang berbeda-beda. Ada pembaca yang mengklaim bahwa buku tertentu nyaman dan udah untuk dimengerti berkat terjemahannya. Namun, ada pula pembaca yang justru merasa terganggu dengan terjemahan karena sulit dimengerti, serta bahasa yang terlalu kaku, yang mempengaruhi kualitas pemaknaan suatu karya sastra Korea.

Hal ini menunjukkan bahwa di kalangan pembaca Indonesia, karya sastra Korea memiliki peminat, tapi masalah terjemahan masih menjadi hal yang harus diberikan perhatian khusus.

Berdasarkan teori resepsi (Hall, 1980 dan Jansson&Jesper, 2006), hasil resepsi *K-Literature* dalam lingkup pembaca generasi MZ di Indonesia menunjukkan bahwa pembaca sebagai konsumen budaya populer mengalami siklus *decode* dan *re-encode.*

Melalui analisis mendalam terhadap ulasan dari pembaca Indonesia terhadap karya *K-Literature,* penelitian ini mengidentifikasi empat kategori utama berdasarkan konten dan perspektif teknisnya. Kategori-kategori ini termasuk 'mengekspresikan perubahan persepsi terhadap sastra Korea', 'mengekspresikan simpati terhadap penulis dan tema karya', 'membandingkannya dengan film', ‘merekomendasi dan direkomendasi’, serta 'mengevaluasi keterbacaan teks dalam bahasa target'. Selanjutnya, peneliti akan menjelaskan setiap kategori lebih rinci dengan uraian di bawah ini.

**2.2.1. Perubahan Persepsi Terhadap Sastra Korea**

Terlepas dari fenomena *Hallyu* yang mendominasi Indonesia, sastra Korea adalah ketegori yang masih belum dieksplorasi secara luas oleh publik, kecuali untuk sastra bergenre populer. *Seri Sastra Korea Abad ke-20* adalah upaya pemerintah untuk membawa sastra representatif ke pembaca Indonesia. Upaya ini, bersamaan dengan dukungan kooperatif dari pemerintah, yaitu dengan peluncuran *Seri Sastra Korea Abad ke-20 Jilid 7* bersama penyelenggaraan acara *K-Book Beyond the Hallyu 2022.* Tindakan ini menandai komitmen yang kuat untuk mempromosikan dan mendukung sastra Korea di Indonesia*[[8]](#footnote-7).* Namun, diskusi dan ulasan terkait terbitan ini tidak ditemukan sama sekali di forum komunitas pembaca *Literary Base.* Lebih lanjutnya, ketika peneliti melakukan penelusuran lebih jauh mengenai kata kunci terkait di platform X, hanya akun resmi institusi penyelenggara yang mengunggah tentang seri tersebut, sedangkan tidak ada diskusi atau ulasan dari pembaca. Hal ini menunjukkan bahwa sastra Korea di kalangan pembaca Indonesia masih lebih terfokus pada sastra populer dan belum mencapai tingkat apresiasi yang lebih dalam terhadap sastra kanon.

Pembaca Indonesia yang belum terpapar dengan berbagai jenis sastra Korea sering memiliki prasangka bahwa sastra Korea terbatas pada fiksi dan tulisan ringan seperti halnya *teenlit*, atau bahkan dianggap sebagai perpanjangan dari drama Korea. Meskipun begitu, ulasan yang disajikan di bawah ini memberikan gambaran bahwa citra sastra Korea di kalangan pembaca Indonesia mulai berubah secara perlahan sejak karya-karya dengan isu sosial mulai muncul, seperti misalnya *Vegetarian* oleh *Han Kang, Kim Ji Young Lahir 1982* oleh Cho Namjoo.

**2.2.2. Simpati Terhadap Penulis dan Tema Karya**

**2.2.3. Perbandingan dengan Film**

**2.2.4. Kegiatan Merekomendasi-Direkomendasi**

**2.2.5. Evaluasi Keterbacaan Teks dalam Bahasa Target**

# 

# **3. PENUTUP**

## **4.1. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis yang telah dipaparkan sebelumnya,

## **4.2. Saran**

Keterbatasan penelitian ini adalah ruang lingkup penelitian yang masih terbatas pada ruang media sosial di platform X berbahasa Indonesia.

# **DAFTAR PUSTAKA**

Bennett, Tony. (1982). *Text and Social Process: The Case of James Bond.* Screen Education, 41 . 66-80.

Dwiwina, R.H. & Putri, K.Y.S. (2021). *The Use of the Auto Base Accounts on Twitter as A Media for Sharing Opinions: Case Study of @collegmenfess Account.* Ultimacomm, 13(1), 123-144. <https://doi.org/https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v13i1.1603>.

Hall, S. (1980/2003). *Encoding/decoding. In T. Miller (Ed.), Critical concepts in media and cultural studies* (pp. 43–54). Oxon: Routledge. Diakses melalui <https://spstudentenhancement.files.wordpress.com/2015/03/stuart-hall-1980.pdf>.

Hamidon, et al. (2013). *Potential of Twitter in Post-reading Activities Among Community College Students in Malaysia.* Procedia - Social and Behavioral Sciences, 103, 725-734.

Hoggart, Richard. (1917)*. The Uses Of Literacy.* Victoria: Penguin Books. Diakses melalui [https://archive.org/details/in.ernet.dli.2015.463228/page/n9/mode/2up?vi  
ew=theater](https://archive.org/details/in.ernet.dli.2015.463228/page/n9/mode/2up?view=theater).

Huang, Shuiling. (2011). *Nation-branding and transnational consumption: Japan-mania and the Korean wave in Taiwan.* Media, Culture & Society, 33(1), 3–18. doi:10.1177/0163443710379670

Jansson, André & Jesper Falkheimer. (2006). *Geographies of Communication The Spatial Turn in Media Studies.* Sweden: Nordicom. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1534729/FULLTEXT01.pdf>.

Jenkins, Henry (1992). *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture,* Routledge: New York.

Jenkins, Henry. (2018). *Fandom, Negotiation, and Participatory Culture* : P. Booth (Eds.), *A companion to media fandom and fan studies*, John Wiley & Sons, Inc.,: Oxford, 11-26.

Jia, Bolin dkk., (2021). *Transformation of Fan Culture Under the Influence of Social Media.* Advances in Social Science, Education and Humanities Research, volume 615, 20173-2178.

Jeong et al. (2017). *When Indonesians Routinely Consume Korean Pop Culture: Revisiting Jakartan Fans of the Korean Drama Dae Jang Geum.* International Journal of Communication 11, 2288–2307

Joongang Daily. (2023). *Korea equals K-pop to many foreigners, according to Hallyu trends report.* Accessed through [https://koreajoongangdaily.joins.com/2023/03/10/entertainment/  
kpop/Korea-Kpop-Kculture/20230310151453860.html](https://koreajoongangdaily.joins.com/2023/03/10/entertainment/kpop/Korea-Kpop-Kculture/20230310151453860.html)

Korean Cultural Center Indonesia. (2022). *2021 Trend: Book Recommendation by BTS are rose in popularity!* *(Tren 2021: Buku Rekomendasi BTS Ikut Beken!).* Accessed through <https://id.korean-culture.org/id/1216/board/975/read/112860>.

Korean.net. (2019). Bestseller 'Kim Ji-young, Born 1982' soars in global popularity. Accessed through <https://www.korea.net/NewsFocus/Culture/view?articleId=178612>

Latifah, Eva (2023). *Post Pandemic Korea-Indonesia Cross-Cultural Connectivity.* Enlargement and Deepening of the Trans-East Asian Academic Connectivity (1). 8-17.

Levitt, P., Shim, BS. (2022). *Producing Korean literature (KLit) for export*. Journal of Chinese Sociology. 9 (10) https://doi.org/10.1186/s40711-022-00164-3

Morley D, Robin K. (1995). *Spaces of Identity: Global Media, Electronic Landscapes and Cultural Boundaries.* London: Routledge. Diakses melalui <https://monoskop.org/images/3/39/Robins_Kevin_Morley_David_Spaces_of_Identity_Global_Media_Electronic_Landscapes_and_Cultural_Boundaries_1995.pdf>

Nguyen Thi Hien. (2020). *Korean Literature Introduction and Research in Vietnam -Current Status and Future Directions-* (베트남에서의 한국문학 소개 및 연구 -현황과 향후 과제-). Yeol-sang Society of Classical Studies 70, 77-124.

Sapiro, Gisele. (2016). *How Do Literary Works Cross Borders (or Not)?A Sociological Approach to World Literature.* Journal of World Literature 1 (1): 81-96. https://doi.org/10.1163/24056480-00101009

Son Jung Hee dkk. (2021). *A study on the response of each generation to the communication characteristics of the MZ generation -Focusing on Generation MZ, Generation X, and Baby Boomers*- (MZ세대의 커뮤니케이션 고유 특성에 대한 각 세대별 반응 연구 -MZ세대, X세대, 베이비붐세대를 중심으로-). Study of Communication Design, 77, 203-216.

Teun A. Van Dijk (2006) *Ideology and Discourse Analysis*, Journal of Political Ideologies, 11:2, 115-140.

Tupan, T., Rahayu, R. N., Rachmawati, R., & Rahayu, E. S. R. (2018). Analisis Bibliometrik Perkembangan Penelitian Bidang Ilmu Instrumentasi. Baca: Jurnal Dokumentasi Dan Informasi, 39(2), 135. https://doi.org/10.14203/j.baca.v39i2.413

# **DAFTAR LAMAN**

1. Definisi ‘budaya populer (대중문화) dalam Ensiklopedia of Korean Culture (<https://encykorea.aks.ac.kr/Article/E0014804>) [↑](#footnote-ref-0)
2. Tahun ini, 180 jenis sastra Korea diterbitkan dalam 29 bahasa, sebuah ‘jumlah tertinggi yang pernah ada’. (올해 한국문학 29개 언어권에서 180여 종 출간 ‘역대 최다’) <https://news.kbs.co.kr/news/pc/view/view.do?ncd=5353459> [↑](#footnote-ref-1)
3. Following Murakami’s Path: Japanese Books as World Literature (<https://www.nippon.com/en/in-depth/d00491/following-murakami%E2%80%99s-path-japanese-books-as-world-literature.html>). [↑](#footnote-ref-2)
4. 2022 Global Hallyu Trends (<https://kofice.or.kr/b20industry/b20_industry_00_view.asp?seq=1264>). [↑](#footnote-ref-3)
5. Twitter is now X. Here's what that means. ([https://www.cbsnews.com/news/twitter-rebrand-x-name-  
   change-elon-musk-what-it-means/#tbl-em-lnrij4ichk6z14am3mq](https://www.cbsnews.com/news/twitter-rebrand-x-name-change-elon-musk-what-it-means/#tbl-em-lnrij4ichk6z14am3mq)). [↑](#footnote-ref-4)
6. 2022 K-Lit Review Contest - Online Reception (<https://www.youtube.com/watch?v=TJuowhBISmE&t=1442s>). [↑](#footnote-ref-5)
7. Fandom atau kepenggemaran adalah suatu sistem subkultur yang mengedepankan budaya partisipatoris (Jenkins, 2018). Gagasan ini juga dikenal sebagai budaya penonton (*spectator culture*) (Jenkins, 1992). Budaya partisipatif di kalangan penggemar tersebut seringkali membentuk interpretasi alternatif dalam suatu sistem distribusi produksi budaya yang tidak sah (Jia dkk., 2021). [↑](#footnote-ref-6)
8. “K-Book, Beyond the Hallyu”, Mengenal Korea Melalui Sastra dan Acara Seru Lainnya (<https://indonesian.korea.net/NewsFocus/HonoraryReporters/view?articleId=222564>). [↑](#footnote-ref-7)