

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

“ Fenomena start up di Indonesia awal marak terjadi 2013-2014, dengan di tandai munculnya Gojek, Toko Pedia, Traveloka, Bukalapak, walaupun sebenarnya sudah mulai dari 2010 – 2011. Ini karena digital sudah jadi bagian kehidupan sehari hari dan mengubah banyak hal, termasuk berteman higgs jalan jalan, dan ini sebuah peluang buat milenial,”kata CEO Yansen Kreasi Indonesia. Terlebih lagi riset menunjukan 98% start up gagal dan hanya 2% yang berhasil langsung ujar CEO Prasetyo Andy dari aplikasi Code for Indonesia. (Yulistara, 2018).

Mayoritas usaha rintisan di Indonesia atau “*start up*” di pimpin oleh CEO muda kurang dari umur 35 tahun. (Wartaekonomi.co.id, 2019) Muncul nya perusahaan rintisan baru yang di kelola oleh anak muda di Indonesia, memiliki tingkat resiko yang tinggi untuk gagal dalam memajukan perusahaan berkembang sukses, dikarenakan latar belakang pendidikan, pengalaman dan relasi yang kurang cukup untuk mengelola dan membuat suatu keputusan sebagai CEO , agar bisa memajukan perusahaan nya sendiri. Keberanian untuk mengambil resiko, namun masih kurang baik dalam mengelola resiko, dan segenap permasalahan yang ada, permasalahan tersebut menjadi alasan, mengapa mayoritas *start up* Indonesia gagal, lalu peran yang kurang bisa menangani perusahaannya sendiri dalam permasalahan internal atau eksternal, dan pengambilan keputusan dengan tepat karena kurangnya pengalaman dan wawasan yang itu miliki.

Namun dengan permasalahan tersebut, pemerintah Indonesia melihat potensi *start up* Indonesia yang menjanjikan di masa yang akan datang, pada tahun 2020 pemerintah Indonesia (Kemenperin) kementerian perindustrian terus mendukung dalam hal permodalan serta fasilitasi sarana dan prasaran demi menyongsong industri 4.0 di Indonesia. Selain itu pemerintah Indonesia juga memiliki strategi guna mengacu (SDM) sumber daya manusia dalam industry 4.0 *start up* antara lain, *redesign* kurikulum mengacu 4.0. pengembangan riset 4.0 pada politeknik, program S2 *double degree* konsentrasi industri 4.0, pelatihan SDM bidang industri 4.0. peningkatan SDM, dilakukan juga pembinaan generasi muda khususnya

melalui Pendidikan vokasi industri berbasis kompetisi yang telah memiliki spesialisasi dilengkapi *workshop, laboratorium, teaching factory*, demi menciptakan generasi SDM Indonesia pada bidang *start up* yang berkompotensi. (Kemenprint.go.id, 2019).

Indonesia memiliki anak bangsa yang sukses dalam bidang usaha rintisan atau *start up* yang dipimpin oleh *CEO* muda seperti M. Alfatih Timur dari Kitabisa.com berusia 28 tahun, *CEO* and founder Wishnutama Kusubandio dari *NET.TV* berusia 32 tahun. *CEO* Diajeng Lestari dari *HijUp* berusia 24 tahun. *CEO* William Tanuwijaya dari TokoPedia berusia 37 tahun. (Komerce.id, 2020). Membuat anak muda Indonesia baik wanita atau pria termotivasi dan menginspirasi mereka untuk membuat usaha rintisan sendiri yang mereka Kelola.

Di Korea selatan sendiri usaha rintisan "*start up*" sudah lebih baik dari Indonesia, pemerintah korea sampai menyuntikan dana untuk pelaku usaha rintisan pada Korea Selatan demi menunjang kemajuan. Suntikan dana sebesar 1 triliun dalam bentuk Won mata uang Korea. Atau setara 13 triliun rupiah dalam bentuk mata uang Indonesia. (Pramborsfm.com, 2020).

Banyak sekali film-film yang mengangkat fenomena usaha rintisan atau *start up*, namun peneliti memilih film serial drama korea berjudul "*Start Up*" karena peran *CEO* yang ada di serial drama korea tersebut memiliki banyak kesamaan budaya dalam memimpin perusahaan khususnya. Korea Selatan dan Indonesia memiliki kesamaan latar belakang budaya baik dari kebiasaan, etika dan juga gaya hidup. Karena pada dasarnya sama sama orang asia yang hidup bertetangga antar negara, jadi tidak terlalu jauh berbeda budaya antara Indonesia dan Korea Selatan. Dimensi budaya menurut Hofstede. Indonesia dan Korea Selatan memiliki nilai budaya tersebut dilihat dari jarak kekuasaan, individualism, feminism, penghindaran ketidakpastian, dan orientasi jangka Panjang. Maka dari itu salah satu stimulus penonton Indonesia, untuk menonton serial drama korea, karena persis dengan realita di Indonesia. (D. R. A. & A. Prasetya, 2016)

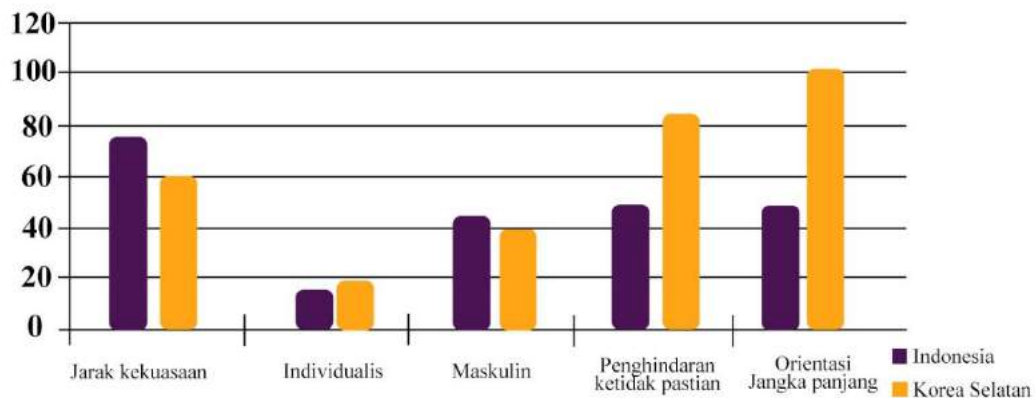
Serial drama Korea yang kerap akrab disebut sebagai drakor, memang laku dan di konsumsi oleh penonton Indonesia. Menurut Fajar Nugros, yaitu sutradara film dan *head of IDN Pictures* popularitas drama korea bisa melampaui sinetron Indonesia lantaran keluasan dan kedalaman cerita, skenario, dan budget yang tertinggal. dalam persentase peminat drama korea rata-rata penonton aktif di

Indonesia sebanyak 76,6 persen, (IdnTimes.com, 2020). Drama korea yang berjudul “*Start up*” merupakan sebuah series yang di buat oleh *Production House Studio Dragon*. Rilis pada 17 oktober 2020 pada *platform streaming* Netflix, namun sebenarnya adalah salah satu series televisi korea pada Channel televisi TVN dengan jam tayang setiap sabtu dan minggu pukul 21:00 waktu korea. Di sutradarai oleh Oh Choong Hwan dan di produseri oleh Hwang Ki Yong lalu penulis naskah cerita di tulis oleh Park Hye Ryun. Disuguhkan untuk inspirasi dan romatis dengan gendre, *Romantic TV Drama, Romantic TV Comedies*, Korea TV show. (Netflix.com, 2020).

Belatar belakang perusahaan multinasional kreatif dan inovasi teknologi modern bernama *SandBox* yang sering disebut sebagai perusahaan idaman para pekerja muda bergelut pada bidang *start up* dengan mencari anak muda berbakat untuk melahirkan sebuah usaha rintisan dengan inovasi baru. Proses merintis karir dalam dunia *start up*, banyak sekali lika liku permasalahan gagal berkembangnya suatu rintisan usaha pada bidang *start up*, karena pimpinan tertinggi yaitu *CEO* dalam perusahaan tersebut tidak bisa mengendalikan perusahaannya dengan baik. karena tidak pernah atau mempunyai pengalaman yang cukup dalam menjabat sebagai *CEO*, latar belakang yg kurang kredibel serta komunikasi sosial yang kurang baik antar koordinasi kerja sama tim dalam perusahaan tersebut. Maka dari itu perusahaan *Sand Box* lahir untuk menaungi calon – calon perusahaan *start up* yg berpotensi bagus dalam dunia kerja, agar tidak gagal dan *bankrupt* karena *CEO* perusahaan tersebut kurang baik dalam menangani suatu rintisan usaha *start up*. (IdnTimes.com, 2020).

Di Indonesia sendiri, terdaftar 715 perusahaan baik cabang atau pusat yang berdiri di Indonesia. (GobizKorea.com, 2021). Terlebih lagi ekspatriat korea yang tinggal di Indonesia untuk bekerja pada perusahaan tersebut, baik memimpin ataupun dipimpin.

Perusahaan lintas budaya tersebut juga terjadi di Indonesia, karena Indonesia terlibat pada ekonomi global, sehingga terdapat peluang besar bagi ekspatriat yang masuk ke Indonesia. Jumlah ekspatriat Korea yang terdaftar di Indonesia berjumlah 7.678 tujuh ribu enam ratus tujuh puluh delapan, menduduki urutan ketiga terbanyak setelah ekspatriat cina 15.341 dan ekspatriat jepang 10.183. (D. R. A. & A. Prasetya, 2016).



Gambar 1.1 skor dimensi budaya nasional Indonesia vs Korea Selatan

menurut Hofstede. (Sumber : GeertHofstede.com, diolah oleh penulis tanggal 29 juni 2021)

Jarak kekuasaan dengan skor (78) dan Korea Selatan dengan skor (60) yang berarti masyarakat sedikit hirarki, Pada dimensi individualism, Korea selatan merupakan negara individualism yang rendah dengan skor (18) sedangkan Indonesia skor (14) individualis nya lebih rendah. Pada dimensi maskulin, Korea selatan dengan skor (39) sedangkan Indonesia dengan skor (46), yang berarti dianggap feminine dalam pengambilan keputusan yaitu melalui musyawarah. Dimensi penghindaran ketidakpastian dimiliki Korea Selatan dengan skor (85) dan (48) untuk Indonesia, pada dimensi Orientasi jangka Panjang Korea Selatan memiliki Skor (100) yang berarti lebih memprioritaskan pertumbuhan yang stabil pada laba, sedangkan Indonesia orientasi jangka Panjang yang rendah (62) yang dimana artinya masyarakat lebih menonjolkan kemampuan menyesuaikan kondisi pasar. Dimensi budaya tersebut tentunya mempengaruhi perilaku ekspatriat dalam kepemimpinannya di dalam organisasi. (D. R. A. & A. Prasetya, 2016).

Dalam tabel tersebut tidak jauh dari selisih skor tersebut menurut Hofstede. Yang dimana, nilai nilai budaya dapat di pengaruhi oleh perilaku seseorang dalam bertindak, Budaya sebagai serangkaian asumsi penting bagi suatu komunitas atau organisasi. (Noe,et al., 2011:272).



Gambar 1.2 Poster Drama Korea “Start Up”

(Sumber : Kpopmap di akses pada tanggal 26 november 2020)

Judul serial : 시작하다 (*sijaghada*) , “Start Up”

Pemutaran Perdana : 17 Oktober 2020

Gendre : *Romantic TV Drama, Romantic TV Comedies, Korea TV show*

Negara Asal : Korea Selatan

Tabel 1.1 Rating drama korea *start up*

DATE	EPISODE	AGB	
		NATIONWIDE	SEOUL
2020-10-17	1	4.278%	4.416%
		4.495%	4.553%
2020-10-18	2	4.208%	4.585%

		4.361%	4.666%
2020-10-24	3	4.789%	5.383%
		4.789%	5.042%
2020-10-25	4	4.334%	4.761%
		5.010%	5.696%
2020-10-31	5	4.274%	4.861%
		5.424%	6.061%
2020-10-01	6	4.136%	4.257%
		4.741%	4.880%
2020-10-07	7	4.521%	5.227%
		5.065%	5.952%
2020-10-08	8	3.821%	4.113%
		4.544%	5.031%
2020-11-14	9	4.879%	5.718%
		5.145%	5.946%
2020-11-15	10	3.945%	4.433%
		4.352%	4.839%
2020-11-21	11	4.130%	4.582%
		4.799%	5.462%
2020-11-22	12	4.270%	4.814%
		5.079%	5.671%

Sumber : Olahan data penulis

Berdasarkan data dari table diatas, hal ini menunjukkan bahwa masyarakat menaruh atensi yang besar terhadap drama ini, perhatian yang timbul tidak hanya dari negara Korea sendiri, namun juga dari seluruh dunia termasuk indonesia. Dalam hal rentan usia, penonton drama korea berusia 20 hingga 27 di Indonesia memiliki persentase 60,7 persen, (IdnTimes.com, 2020) Netflix dipilih menjadi medium platfrom layanan *streaming* nya karena serial drama korea *start up* hanya bisa di akses oleh penonton luar korea dengan layanan platform *streaming* netflix.

Start up juga di sutradarai oleh Oh Choong Whan yang pernah menyutradarai *The Birth of a Family*, *My Love from the Star*, *Doctors* serta *Hotel Del Luna*. Semua itu mendapatkan penghargaan dari acara awarding di Korea. Sutradara Oh Chong Whan juga berharap *Start Up* bisa menjadi hiburan bagi banyak orang di tengah pandemi covid-19. (CNN Indonesia, 2020).

Tidak hanya di sutradarai oleh Oh Choong Whan yang menjadi salah satu sutradara populer, cerita nakah *start up* juga di tulis oleh Park Hye Run yang sukses membuat drama korea yang berjudul *While You Were Sleeping*. Dengan begitu drama series ini dibuat oleh orang-orang yang sudah berpengalaman baik di bidangnya. (IdnTimes.com, 2020). Karena kesuksesan drama *Start up* di negara asalnya yang di tayangkan pada televisi siaran nasional Korea yaitu Tvn. Netflix, menjadi salah satu platform agar penonton Indonesia bisa mengaksesnya dan di konsumsi sejak tanggal 17 Oktober 2020 setiap hari Sabtu dan Minggu 21:00 WIB.

Serial drama korea *start up* dipilih oleh peneliti karena drama ini sangat cocok sebagai referensi untuk orang yang ingin memulai usaha rintisan dan mengelolanya sebagai *CEO founder* terutama dibidang *start up*. Dalam drama serial ini terdapat makna - makna kehidupan nyata yang menjurus kepada membangun usaha rintisan atau *start up* dengan menjadi *CEO* yang baik bagi perusahaan ataupun manusianya. Walaupun serial drama ini berasal dari korea, Pengaruh budaya korea selatan dalam kehidupan masyarakat Indonesia disadari atau tidak atau yang meliputi atau tidak dalam meliputi segala aspek dari musik dan drama hingga *fashion style, hair*, bahkan gaya hidup korea. Fenomena tersebut terlihat dari banyaknya fanbase yang ada, baik di dunia maya maupun dunia nyata dan komunitas yang berkembang semakin banyak dalam komunitas virtual pecinta korea di Indonesia. Hal ini merupakan dampak dari pola konsumsi media internet Sebagian besar remaja Indonesia. (Leonardo, 2019).

drama korea *start up* juga mengkonstruksi dari peristiwa yang terjadi di dunia nyata, faktanya Korea selatan menduduki urutan kelima setelah Cina, Amerika Serikat, Inggris dan Jepang, sebagian besar bisnis rintisan berpusat di Seoul Korea Selatan. Lalu Sandbox perusahaan multinasional yang di gambarkan dalam film tersebut merupakan konsep dari *Silicon Valley* nya Korea Selatan. Pemerintah Korea mendukung perusahaan rintisan, pemerintah Korea Selatan menyuntikan

dana sebesar 1 triliun Won atau sekitar 1 triliun rupiah Indonesia demi menyongkong usaha rintisan Korea Selatan. Perlombaan *AI Artificial Intelegent* dimana dalam drama start up tersebut menceritakan bahwa di korea juga sedang gencar-gencar nya membuat *AI Artificial Intelegent* asli Korea Selatan. (Pramborsfm.com, 2020).

Netflix menayangkan episode 15 menjadi turun rating karena drama yg diperankan Kim seon Ho dan Nam Jo hyuk dengan Bae Suzy, cerita tidak sesuai ekspektasi penonton dalam romansa. Namun antusiasme penggemar Indonesia masih sangat tinggi pada drama korea *start up* yang merupakan salah satu drama korea, yang memiliki penonton rata rata tinggi dalam hal kisah yang menggambarkan dunia karir dan bisnis, setelah Itaewon class yang sama sama menyinggung fenomena ruang lingkup kehidupan dalam merintis karir sebagai *CEO* dan dunia bekerja. (Hot.detik.com, 2020).

Menurut data Nielsen korea episode terakhir *start up* meraih rating stabil dari episode pertama hingga akhir episode, *start up* mencetak rating nasional korea dengan rata rata 4.9 persen dan 5.2 persen pada bagian keduanya. (Kompas.com, 2020)

Maka dari itu Dalam cerita drama korea *start up* ini. Seo Dal Mil bermimpi untuk menjadi Steve Jobs. Karena ambisi dia untuk sukses dalam hal materi lalu membanggakan ayah nya yang telah meninggal dunia. Namun dia berhenti kuliah lalu bekerja paruh waktu untuk menabung modal usaha *start up*. (Asianwiki, 2020).

Di tengah ketarbatasan yang dia miliki, Seo Dal Mil punya impian yang sangat besar. Won In Jae seorang *CEO* yang merupakan kakak kandung dari Seo Dal Mil memiliki hubungan yang baik saat mereka masih kecil, namun sejak orang tua mereka bercerai karena faktor ekonomi dan istri nya Cha Ah Hyun yang terlalu materialistis dan ingin gaya hidup yang sangat hedonis, keluarga mereka pun terpecah dengan pilihan sulit, yaitu memilih salah satu dari kedua orang tua mereka yang menjadi Seo Dal Mil mengikuti ayahnya Seo Chung Myung dan kakaknya Won In Jie memilih mengikuti ibunya. Mereka hidup di jalan masing masing dengan singkat cerita siapa yang memilih pilihan yang benar untuk hidup lebih baik.

Dalam perjalanan Seo Dal Mi merintis karir nya sebagai *CEO*, dia bertemu dengan orang dalam surat masa lalunya, setelah 15 tahun berlalu mereka di pertemukan dan di situ awal dari perjalanan cinta, karir dalam lingkup “*start up*” dan juga masa depan mereka. (Netflix.com, 2020).

Proses merintis karir dalam dunia *start up*, banyak sekali lika liku permasalahan ketika Seo Dal Mil terpilih menjadi *CEO*, dalam hal bisnis maupun lingkup sosial usaha rintisan *start up*.

Tak jauh dari drama korea *start up*. Episode terbaru *Search* Tercatat meraih rating rata-rata nasional sebesar 3.5 persen. Rating ini naik 0,5 persen dari episode sebelumnya walah masih kalah dengan drama film korea *start up*. (kumparan, 2020).

Kompetitor lain seperti drama tv korea yang di tayangkan pada netflix juga, meraih rating tinggi nasional menurut neilsen. Drama yang berjudul *the uncanny counter* OCN meraih rating tertinggi yaitu rata rata sebesar 6.7 persen. Film drama superhero ini sukses pada episode ke empat hingga akhir dan mengalahkan rekor drama korea yang sedang berjalan juga yaitu *start up*. (Kompas.com, 2020).

Drama korea di Indonesia memang sedang gempar gemparnya di minati dan di konsumsi oleh penonton Indonesia. Industri penyiaran korea memang sedang mengeksplor hasil karya berupa drama korea atau Kpop. Secara kualitas cinematografi dan *audio* maupun cerita tidak kalah bersaing dengan film produksi Hollywood. Karena selain memiliki kedekatan secara geografis, negara-negara di asia juga cenderung memiliki kesamaan budaya.

Secara kuantitas pun tidak jauh berbeda dengan film film yang mulai melirik pasar industri kreatif Indonesia, khusus nya cinematografi berupa film atau series, karena Indonesia masuk kedalam negara penduduk terbanyak ke 4 dunia mencapai kurang lebih 270 juta jiwa. Dengan begitu semakin banyak peluang dan kebergaman minat penoton terhadap konten yang ingin di konsumsi. Platform online streaming menjadi celah masuknya globalisasi konten konten dari luar Indonesia masuk dan di konsumsi masyarakat Indonesia, dan salah satu platform asing atau internasional seperti Disney + dan Netflix menjadi sering di pakai oleh masyarakat Indonesia. Dengan begitu sudah terlihat bahwa pasar di Indonesia sangat menjanjikan. Kerja sama antara perusahaan telekomunikasi Indonesia,

Netflix dan Disney + akan mementingkan wilayah yang menjadi titik Kerjasama yaitu di Indonesia dengan mencakup 300 film lokal dan berbagai film baru buatan Indonesia di bantu Netflix.

Fenomena *start up* yang maraknya terjadi di Indonesia. Dan sedang tren di gandrungi generasi milenial dan anak muda yang memulai karir di bidang bisnis. Rata rata *CEO start up* di Indonesia kurang lebih di bawah 40 tahun. Terbukti dari *CEO* perusahaan *start up* di Indonesia seperti tokopedia, bukalapak, gojek memiliki *CEO* berumur di bawah 40 tahun, *Founder CEO* Tokopedia William tanujaya, *Founder CEO* bukalapak Achmad Zaky berumur 34 tahun, Nadim Makarim *CEO* gojek berumur 36 tahun. (Thea Fathanah Arbar, 2019). Dalam tahapan tahapan karier (Donald dan Super 1957) umur 36 – 40 tahun mulai melakukan kompromi seperti masa jabatan, kenaikan gaji yang minim, para pekerja yang baru berusia muda dengan Pendidikan tinggi, dengan begitu pada umur kurang dari 40 tahun sudah mendapatkan pemasukan yang lebih dari umur bahkan berlipat lipa dari gaji yg seharusnya, menandakan bahwa menjadi *CEO* pada umur kurang dari 40 tahun bisa disebut *CEO* muda. (R. Setiawan & Gestanti, 2016)

Perusahaan multinasional di Indonesia sedang berkembang karena di era globalisasi seiring dengan perkembangan bisnis, persaingan dalam bisnis internasional semakin ketat. investasi langsung luar negeri juga menjadi salah satu bentuk aktivitas bisnis internasional, bisnis ini bermula ketika suatu perusahaan dari sebuah negara menanamkan modalnya ke negara lain, dengan kata lain muncul nya perusahaan *start up* baru. (Griffin & Pustay, 2007:9).

Menurut laporan tahunan Grant Thornton “Women in Business 2021”, Jumlah perempuan yang memegang posisi manajemen senior di perusahaan secara global telah mencatat kenaikan ke angka 31 persen, meskipun pandemik COVID-19 mempengaruhi ekonomi di seluruh dunia, melihat kondisi global yang memprihatinkan, hal ini cukup menggembirakan, mengingat perolehan sebelumnya angka perempuan menjadi pemimpin perusahaan khususnya *start up* mencapai angka 29 persen selama 2 tahun berturut-turut. Di Indonesia jumlah perempuan yang menjabat sebagai *Chief Executive Officer (CEO)* ke 25 persen naik 5 persen dari tahun 2020 sebanyak 20 persen. Laporan ini juga menjadikan Indonesia

menjadi peringkat 7, ketujuh sebagai negara dengan posisi manajemen senior perempuan paling banyak secara global. (Santia, 2021)

Tidak menutup kemungkinan penonton Indonesia menjadi terdistrak dan tergiur dengan konten film atau drama “*Start Up*” yang di buat oleh *production house* luar negeri seperti Korea. Terbukti drama Korea di minati oleh penonton Indonesia dan menjadi gempar di media sosial seperti Instagram, Twitter, TikTok dll. Tidak hanya itu, tidak luput dari pemberitaan media lokal Indonesia mengenai drama Korea seperti *Start up*. Menjadi trending di internet dan berbagai media informasi lainnya. Itu membuktikan bahwa drama series ini laku di jual di Indonesia dan di konsumsi secara massal dan besar besaran hingga heboh sebagian besar wilayah Indonesia. Dalam hasil survey penduduk Indonesia menyukai drama Korea dibandingkan sinetron dengan nilai persentase penonton aktif Indonesia sebesar 76,6 persen sedangkan sinetron buatan Indonesia memiliki penonton aktif sinetron hanya 5,9 persen. Lalu pada hasil penyuka drama Korea di Indonesia mencapai 90,4 persen dengan rentan usia terbanyak adalah 20 hingga 27 tahun dengan persentase 60,7 persen, 10 hingga 19 tahun 16,9%, 28 hingga 35 17,8% serta usia kurang dari 35 tahun sebanyak 4,5 persen. Dengan demografi jenis kelamin wanita 83,1% laki laki 16,9 persen. (IdnTimes.com, 2020)

Menurut Mc Quail (dalam Prasetya, 2019) film adalah media untuk menyebarkan hiburan kepada masyarakat umum. Hiburan ini jenisnya beragam. Seperti musik, peristiwa yang terjadi, cerita fiktif dan lain lain. Film adalah salah satu media komunikasi massa yang berfungsi untuk menyampaikan pesan kepada khalayak yang menonton. Sejak kemunculan film pertama kali untuk konsumsi khalayak pada tahun 1903, seiring dengan perkembangan teknologi, film terus mengalami kemajuan yang pesat secara kualitas. Sebagai media komunikasi massa film terbukti efektif menyampaikan sebuah pesan kepada khalayak dalam waktu yang singkat. Hal ini karena film ditampilkan secara *audio visual* sehingga manusia dapat dengan maksimal menerima pesan-pesan yang ada. Karena efeknya terhadap masyarakat luas, film sering kali digunakan sebagai sarana propaganda. Dibalik pesan dan estetika yang dikemas dalam sebuah cerita yang ditampilkan, film sendiri dapat mengkonstruksi sebuah realitas lewat ideologi yang ada didalamnya. Masyarakat yang menonton akan menjadikan ideologi tersebut sebagai perspektif dalam melihat fenomena yang terjadi

dikehidupan sehari-hari. Film juga seringkali menyampaikan sebuah kritik sosial dan gambaran sebuah realitas yang ada secara simbolik yang mengandung banyak makna dan pesan (E. N. Dewi, 2017; A. B. Prasetya, 2019).

Salah satu drama series terkenal korea karena memotivasi untuk berjuang dalam hidup yang sulit hingga pantang menyerah untuk menggapai mimpi dan cita cita semasa muda, disutradarai oleh Kim Sung Yon, *Itaewon Class* merupakan salah satu drama yang memotivasi anak muda untuk bergerak maju dan pantang menyerah walau hidup tidak adil. Tidak hanya itu serial drama korea *Itaewon Class* dan *start up* mengajarkan untuk memimpin perusahaan yang baik kepada karyawannya. Bagaimana seorang *CEO* memperlakukan bawahannya dengan baik atau memperlakukan buruk demi kepentingan sepihak. Banyak sekali singgungan tentang realitas pemimpin perusahaan pada bidang bisnis mengenai isu sosial yang memperlakukan karyawan atau bawahannya dengan buruk, atau menindas orang lain dengan cara licik dan jahat, yang terutama di lakukan pemimpin tertinggi yaitu *CEO*.

Fenomena seperti itulah yang membuat Sebagian besar film dan drama series korea populer dikenal memotivasi dan memberi wawasan. Karena pesan yang disampaikan di kemas dengan cinematografi dan *audio* visual dengan kualitas baik, dan dari segi konten dan cerita pun sangat dalam dan relate kepada penonton yang memberi dampak positif. Seperti halnya drama korea series *start up*, yang mengangkat isu kepemimpinan yang baik itu seperti apa. Dan cara mendapatkan posisi tersebut perjuangan yang di lalui itu tidak mudah, maka banyak sekali kata-kata mutiara yang di keluarkan dalam drama series tersebut yang menginspirasi dan membangitkan semangat untuk bangkit dari keterpurukan masalah yang sedang di alami.

Peneliti menggunakan teori semiotika roland barthes untuk mendalami makna representasi peran *CEO* dalam serial drama korea *start up*, dan mengungkapkannya dengan makna konotasi, denotasi, mitos dari representasi peran *CEO* yang baik pada serial drama korea *start up*.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian dari latar belakang penelitian diatas, maka fokus penelitian ini adalah bagaimana representasi peran *CEO* dalam serial drama korea “*Start Up*”

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Untuk menjelaskan makna konotasi dari representasi peran *CEO* dalam serial drama korea “*Start Up*”

1.3.2 Untuk menjelaskan makna denotasi dari representasi peran *CEO* dalam serial drama korea “*Start Up*”

1.3.3 Untuk menjelaskan mitos dari representasi peran *CEO* dalam serial drama korea “*Start Up*”

1.4 Manfaat dan Kegunaan Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberika manfaat dalam penelitian kajian ilmu komuikasi dan menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dalam kajian semiotika khususnya semiotika Roland Barthes. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan sumbangan wawasan dalam mengkaji pesan pesan yang terkandung dalam serial drama atau film.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, Penelitian ini diharpkan mampu menjadi tambahan ilmu pengetahuan khususnya bidang kajian semiotika serta memberika wawasan mengenai menjadi *CEO* yang baik agar bisa membuat keputusan yang tepat dalam merintis usaha bisnis.

1.5 Waktu dan Periode Penelitian

Penelitian ini dimulai pada bulan november 2020 sampai Oktober 2020

Tabel 1.2 WAKTU PENELITIAN

NO	KEGIATAN	2020		2021					
		NOV	DES	JAN	FEB	MAR	APR	MEI	JUN
1	Penyusunan proposal skripsi								
2	Desk evaluation								
3	Revisi proposal skripsi								
4	Proses pengolahan dan analisis data								
5	Penyusunan hasil penelitian								
6	Sidang skripsi								
7	Revisi skripsi								

(Sumber : Olahan data penulis)