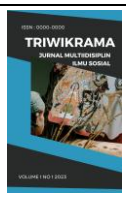
Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 12 No 3 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



REPRESENTASI MOBILITAS SOSIAL DALAM DRAMA KOREA ANNA (2022): KAJIAN INDUSTRI BUDAYA ADORNO DAN HORKHEIMER

Kezia Jemima Tjahaja[1], I Gusti Agung Alit Suryawati[2]
Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Udayana

ARTICLE INFO

Article history:
Received Juli 2026
Revised Juli 2026
Accepted Juli 2026
Available online Juli 2026

Email:
jemima.tjahaja@gmail.com

This is an open access article under the CC BY-SA license.
Copyright © 2026 by Author.

Abstrak

Drama Korea sebagai bagian dari budaya populer tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga menjadi sarana dalam merepresentasikan berbagai realitas sosial, termasuk mobilitas sosial di tengah masyarakat kapitalis. Salah satu drama yang mengangkat fenomena tersebut adalah Anna (2022), yang menceritakan perjalanan Lee Yumi dalam mengubah identitasnya menjadi Anna demi memperoleh kehidupan yang dianggap lebih baik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis representasi mobilitas sosial dalam drama Korea Anna (2022) menggunakan perspektif Teori Industri Budaya dari Theodor W. Adorno dan Max Horkheimer. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis deskriptif terhadap narasi, dialog, serta representasi visual yang ditampilkan dalam drama. Hasil analisis menunjukkan bahwa mobilitas sosial direpresentasikan sebagai proses yang tidak hanya berkaitan dengan perubahan status ekonomi, tetapi juga melalui pembentukan identitas, citra diri, dan gaya hidup yang sesuai dengan standar masyarakat kapitalis. Drama ini memperlihatkan bahwa pengakuan sosial diperoleh melalui kepemilikan status, pendidikan, penampilan, serta kemampuan mengonsumsi simbol-simbol kelas atas. Melalui representasi tersebut, Anna menunjukkan bagaimana industri budaya menanamkan nilai-nilai kapitalisme, membentuk kebutuhan semu (*false needs*), serta menormalisasi ketimpangan sosial sebagai sesuatu yang wajar. Dengan demikian, drama Anna tidak hanya merepresentasikan mobilitas sosial sebagai perjalanan individu, tetapi juga sebagai bentuk reproduksi ideologi kapitalis yang bekerja melalui media populer.

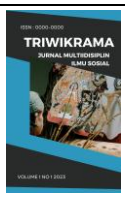
Kata kunci: Mobilitas Sosial, Industri Budaya, Kapitalisme, Drama Korea, Anna.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi telah mendorong perubahan dalam industri media dan hiburan yang semakin beragam. Media tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga menjadi ruang yang menyajikan berbagai realitas sosial, nilai, serta cara pandang yang dapat memengaruhi masyarakat. Salah satu bentuk perkembangan industri hiburan tersebut adalah meningkatnya popularitas drama Korea (*K-drama*) yang didukung oleh fenomena *Korean Wave* atau *Hallyu*, yaitu penyebaran budaya populer Korea Selatan melalui berbagai produk media seperti drama, musik, dan film yang berkembang secara global (Mahardika et al., 2022). Melalui penyebaran media massa, drama Korea tidak hanya dikenal sebagai produk hiburan, tetapi juga sebagai media yang merepresentasikan kehidupan sosial, budaya, serta nilai-nilai yang berkembang di Korea Selatan (Rahmatullah et al., 2024).

Sebagai produk budaya populer, drama Korea menghadirkan berbagai representasi mengenai kehidupan masyarakat, termasuk persoalan kelas sosial, identitas, serta makna kesuksesan (Rahmawati, 2023). Narasi yang disajikan tidak hanya menggambarkan kehidupan tokohnya, tetapi juga membentuk cara pandang penonton terhadap berbagai realitas sosial. Dalam konteks tersebut, media memiliki peran penting dalam menghadirkan standar-standar tertentu mengenai keberhasilan hidup, gaya hidup, maupun posisi sosial yang dianggap ideal. Salah satu drama Korea yang mengangkat persoalan tersebut adalah Anna (2022). Drama ini mengisahkan Lee Yumi, seorang perempuan dari keluarga sederhana yang mengubah identitasnya menjadi Anna untuk memperoleh kehidupan yang dianggap lebih baik. Perjalanan tersebut memperlihatkan bagaimana tekanan sosial, status ekonomi, dan standar keberhasilan membentuk pilihan individu dalam upaya memperoleh pengakuan sosial.

Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 12 No 3 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



Fenomena tersebut layak dikaji melalui Teori Industri Budaya yang digagas oleh Theodor W. Adorno dan Max Horkheimer. Menurut teori ini, budaya populer seperti film, radio, dan majalah tidak hanya diproduksi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai produk industri yang berfungsi mempertahankan dan memperkuat struktur sosial kapitalis melalui pembentukan keinginan massa. Horkheimer, melalui gagasan Teori Kritis dan Dialektika Pencerahan, menekankan bagaimana rasionalitas modern dapat berbalik menjadi alat dominasi dalam masyarakat industri (Kurniawati, Seran, & Sigit, 2021). Dengan demikian, media dipandang sebagai sarana yang tidak hanya menyebarkan hiburan, tetapi juga menjalankan fungsi dominasi ideologis.

Salah satu konsep utama dalam Teori Industri Budaya adalah *standardization* atau standarisasi, yaitu proses ketika produk budaya tampak beragam, tetapi sebenarnya mengikuti pola yang seragam dan disesuaikan dengan kepentingan komersial (Adorno & Horkheimer, 1972; Bowie, 2022, dikutip dalam Yudha, 2023). Adorno juga menemukan bahwa media hiburan tidak lagi berfungsi sebagai ruang refleksi, tetapi telah menjadi instrumen dominasi, di mana ide-ide serupa terus disiarkan secara masif untuk menumpulkan kesadaran kritis masyarakat (Yazdanparast et al., 2018, dikutip dalam Yudha, 2023). Selain itu, teori ini mengenalkan konsep *pseudo-individualization*, yakni kondisi ketika produk budaya memberikan kesan kebebasan dan keunikan, padahal sebenarnya diarahkan oleh logika pasar yang sama. Teori ini juga menjelaskan bahwa budaya populer dapat menanamkan kebutuhan palsu (*false needs*). Kebutuhan palsu adalah kebutuhan yang tidak lahir dari diri individu, melainkan diciptakan oleh sistem kapitalis agar konsumsi terus berjalan (Adorno & Horkheimer, 1972). Kekuatan produksi dibangun bukan untuk menggali nilai guna (*use value*), melainkan untuk mencari keuntungan. Ketiga konsep tersebut menjadi landasan dalam memahami bagaimana media merepresentasikan mobilitas sosial melalui pembentukan identitas, standar kesuksesan, serta kebutuhan semu yang mendorong individu mengejar pengakuan sosial dalam sistem kapitalisme.

Kajian mengenai drama Korea sebagai bagian dari fenomena *Hallyu* telah banyak dilakukan, baik dalam konteks penyebaran budaya populer maupun dominasi budaya Korea Selatan terhadap negara lain (Ardia, 2014; Hasna, 2021; Herlina & Ahdiati, 2017). Namun, pembahasan yang secara khusus menyoroti representasi mobilitas sosial melalui perubahan identitas tokoh, serta membedahnya menggunakan konsep-konsep spesifik dalam Teori Industri Budaya seperti *standardization, pseudo-individualization,* dan *false needs*, masih terbatas. Kajian ini berupaya mengisi celah tersebut dengan berfokus pada bagaimana drama Korea Anna merepresentasikan perubahan identitas sebagai bentuk mobilitas sosial, serta bagaimana representasi tersebut mereproduksi nilai-nilai kapitalisme dalam kehidupan masyarakat modern.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis representasi mobilitas sosial dalam drama Korea Anna (2022) melalui perspektif Teori Industri Budaya Adorno dan Horkheimer, dengan menitikberatkan pada bagaimana perubahan identitas tokoh utama direpresentasikan sebagai bentuk mobilitas sosial dan bagaimana representasi tersebut turut mereproduksi nilai-nilai kapitalisme yang membentuk cara pandang masyarakat terhadap identitas, status sosial, dan keberhasilan hidup.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk menganalisis representasi mobilitas sosial dalam drama Korea Anna (2022). Pendekatan ini digunakan untuk memahami makna yang terkandung dalam narasi, dialog, karakter, dan

Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 12 No 3 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

representasi visual yang ditampilkan dalam drama. Objek penelitian adalah drama Korea Anna (2022) yang terdiri atas enam episode. Data primer diperoleh melalui observasi terhadap adegan, dialog, ekspresi tokoh, dan unsur visual yang berkaitan dengan representasi mobilitas sosial. Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui studi literatur terhadap buku, jurnal ilmiah, dan penelitian terdahulu yang membahas Teori Industri Budaya Theodor W. Adorno dan Max Horkheimer sebagai landasan analisis.

Pengumpulan data dilakukan melalui teknik observasi dengan mencermati adegan-adegan yang relevan, kemudian mengidentifikasi bagian-bagian yang merepresentasikan mobilitas sosial, konstruksi identitas, serta nilai-nilai kapitalisme yang ditampilkan dalam drama. Selanjutnya, data dianalisis secara deskriptif melalui interpretasi terhadap setiap temuan berdasarkan konsep *standardization*, *pseudo-individualization*, dan *false needs* dalam Teori Industri Budaya. Melalui pendekatan tersebut, penelitian ini berupaya mengungkap bagaimana drama Anna merepresentasikan mobilitas sosial sebagai bagian dari reproduksi ideologi kapitalisme yang dikonstruksi melalui media populer.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi terhadap enam episode drama Korea Anna (2022), ditemukan sejumlah adegan, dialog, dan unsur visual yang merepresentasikan proses mobilitas sosial melalui transformasi identitas Lee Yumi menjadi Anna. Temuan tersebut diinterpretasikan menggunakan tiga konsep utama dalam Teori Industri Budaya Adorno dan Horkheimer, yaitu *standardization, pseudo-individualization,* dan *false needs*.

Standardization: Kelas Atas sebagai Standar Keberhasilan yang Dinormalisasi

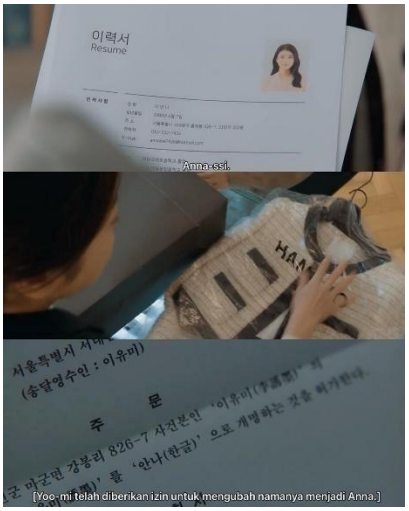
Standardization merujuk pada kecenderungan produk budaya untuk tampak beragam padahal secara struktural mengikuti pola yang seragam dan disesuaikan dengan kepentingan komersial (Adorno & Horkheimer, 1972; Bowie, 2022, dikutip dalam Yudha, 2023). Dalam drama Anna, pola ini terlihat melalui cara drama membingkai kelas atas sebagai satu-satunya standar keberhasilan hidup yang layak dicapai.

Pertemuan Yumi dengan Catherine, merepresentasikan awal konstruksi standar kelas atas yang dilekatkan pada kemampuan berbahasa asing, keterampilan seni, dan gaya hidup Barat. Simbol-simbol tersebut kemudian diposisikan sebagai indikator keberhasilan yang layak dicapai sehingga memperlihatkan proses standardisasi sebagaimana dijelaskan Adorno dan Horkheimer.

Gambar 1. Tangkapan Layar Drama Korea "Anna" pada episode 1

Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 12 No 3 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

Standarisasi ini semakin jelas pada episode 2, ketika Yumi berusaha tampil seperti kelas atas dengan menyewa pakaian dan barang-barang mewah, hingga akhirnya mengambil dokumen sertifikat pendidikan Anna dan mengganti namanya.



Gambar 2. Tangkapan Layar Drama Korea "Anna" pada episode 2

Framing kelas atas dalam drama ini konsisten ditayangkan dengan menggambarkan rumah yang luas, keluarga kaya raya, kecerdasan, serta pengaruh dan koneksi sosial. Representasi yang berulang ini memperkuat persepsi bahwa kelas sosial atas lebih layak mendapat penghormatan, sekaligus menunjukkan bagaimana industri budaya, sebagaimana dikritik Adorno, tidak lagi berfungsi sebagai ruang refleksi tetapi sebagai instrumen yang menyiarkan ide-ide serupa secara masif untuk menumpulkan kesadaran kritis masyarakat (Yazdanparast et al., 2018, dikutip dalam Yudha, 2023). Dalam pandangan Adorno dan Horkheimer, pola ini mencerminkan cara industri budaya mempertahankan tatanan kapitalis bukan lewat paksaan, melainkan dengan menormalisasi hierarki sosial sebagai sesuatu yang alamiah.

Pseudo-Individualization: Ilusi Kebebasan dalam Transformasi Identitas

Konsep *pseudo-individualization* menjelaskan bagaimana produk budaya memberi kesan kebebasan dan keunikan, padahal sebenarnya diarahkan oleh logika pasar yang sama. Dalam konteks drama Anna, hal ini tampak jelas pada momen Yumi mengganti namanya menjadi Anna. Ketika Yumi bertransformasi menjadi Anna, ia tampak seolah menjadi individu baru yang bebas menentukan hidupnya sendiri. Namun, kebebasan tersebut sesungguhnya bersifat palsu, karena Yumi sekadar meniru citra yang telah distandarisasi oleh budaya kapitalis, yaitu sosok perempuan sukses, cantik, kaya, dan berkelas. Identitas Yumi sebagai "Anna" menjadi cerminan bagaimana kapitalisme menanamkan keyakinan bahwa seseorang menjadi bernilai hanya ketika ia tampil seperti kelas atas.

Dalam masyarakat kapitalis, sebagaimana dikritik Adorno dan Horkheimer, identitas tidak lagi bersifat otentik, melainkan menjadi komoditas yang dapat dibentuk, dibeli, atau dijual. Tindakan Yumi meniru kehidupan Anna menunjukkan keyakinan bahwa siapa pun dapat menjadi sukses asalkan berusaha dan tampil sesuai standar kelas atas. Dengan menampilkan kelas atas sebagai simbol keberhasilan, representasi Yumi turut menormalisasi ketimpangan sosial: kelas bawah digambarkan sebagai kelompok yang harus berjuang naik untuk mendapatkan pengakuan, bukan sebagai pihak yang ditindas oleh sistem.

Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 12 No 3 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

Gambar 3. Tangkapan Layar Drama Korea "Anna" pada episode 3

Ketegangan atas ilusi individualitas ini dipertegas pada episode 3, ketika Anna menegaskan bahwa tindakan Yumi memalsukan identitas merupakan bentuk penipuan, sikap tubuh Yumi yang kaku serta tatapannya yang tertunduk mencerminkan ekspresi ketakutan dan rasa bersalah di hadapan figur yang memiliki kedudukan sosial lebih tinggi, sementara ucapan Anna merepresentasikan posisinya sebagai pihak yang memiliki otoritas moral sekaligus kekuasaan hukum. Adegan ini mengungkap bahwa konsep kebenaran dan moralitas kerap dimonopoli oleh pihak yang memiliki posisi dan kekuasaan lebih tinggi dalam struktur sosial, sekaligus menghadirkan ruang reflektif bagi penonton untuk menilai ulang posisi korban dalam sistem sosial yang timpang.

Gambar 4. Tangkapan Layar Drama Korea "Anna" pada episode 3

False Needs: Kebahagiaan Semu di Balik Kemewahan

Konsep *false needs* menjelaskan bahwa kebutuhan yang ditanamkan budaya populer tidak lahir dari individu itu sendiri, melainkan diciptakan oleh sistem kapitalis agar konsumsi terus berjalan (Adorno & Horkheimer, 1972). Kekuatan produksi dalam logika ini dibangun bukan untuk menggali nilai guna (*use value*), melainkan untuk mencari keuntungan.

Dalam drama Anna, konsep ini terlihat dari hasil akhir transformasi Yumi. Meskipun Yumi berhasil memperoleh status sosial sebagai Anna, menjadi profesor, menikah, dan menjalani

kehidupan kelas atas, secara emosional ia justru mengalami kecemasan, kebohongan, dan kehilangan jati diri. Penderitaan ini menjadi simbol kritik terhadap ideologi kapitalisme yang menjanjikan kebahagiaan melalui materi, namun pada kenyataannya kebutuhan tersebut hanyalah kebutuhan semu yang tidak pernah benar-benar memenuhi individu.

Meskipun terdapat usaha Yumi untuk melawan keadaan dan keluar dari keterbatasan kelas bawah, bentuk resistensinya bersifat individual, bukan perlawanan yang bersifat kolektif. Yumi memilih menyesuaikan diri dan memanfaatkan peluang yang ada agar dapat berpartisipasi dalam sistem yang mendominasi, alih-alih menantang sistem tersebut secara struktural. Hal ini menggambarkan betapa kuatnya hegemoni kapitalis dalam membentuk perilaku, bahkan imajinasi, kelompok masyarakat kelas bawah.

Relevansi Representasi dengan Konteks Audiens Indonesia

Sebagai bagian dari gelombang *Hallyu*, drama Anna (2022) tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga memiliki pengaruh terhadap cara pandang masyarakat terhadap nilai, identitas, dan status sosial. Bagi audiens Indonesia yang hidup dalam masyarakat dengan kesenjangan ekonomi, drama ini berpotensi memperkuat sistem sosial yang ada. Narasi tentang perempuan muda yang memalsukan identitas demi mendapatkan pengakuan sosial merefleksikan logika kapitalisme konsumtif, di mana individu merasa harus memiliki gaya hidup tertentu agar dianggap berhasil. Fenomena ini juga terlihat dalam budaya media sosial di Indonesia, di mana citra diri dan status material kerap dijadikan tolok ukur nilai seseorang. Pola ini berpotensi memperdalam mentalitas kompetitif dan budaya pamer (*show-off culture*).

Selain itu, drama Anna juga berkaitan dengan proses globalisasi budaya yang memperlihatkan dominasi Korea Selatan terhadap negara lain, termasuk Indonesia. Melalui media populer, gaya hidup Korea, mulai dari gaya berpakaian, penggunaan kosmetik, hingga barang-barang mewah diposisikan sebagai standar ideal yang perlu ditiru. Hal ini memperlihatkan bagaimana kekuasaan global bekerja secara halus, menciptakan hegemoni kultural yang membuat masyarakat lain menerima nilai-nilai kapitalis global tanpa disadari.

Secara keseluruhan, ketiga konsep dalam Teori Industri Budaya *standardization, pseudo-individualization,* dan *false needs* saling berkelindan dalam membentuk representasi mobilitas sosial dalam drama Anna. Drama ini menunjukkan bahwa budaya populer modern tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai alat ideologis yang secara halus menanamkan dan memperkuat nilai-nilai kapitalisme, menjadikan sistem kapitalis tampak wajar dan diinginkan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa drama Korea Anna (2022) merepresentasikan mobilitas sosial bukan sekadar sebagai perubahan status ekonomi, melainkan sebagai proses pembentukan identitas, citra diri, dan gaya hidup yang disesuaikan dengan standar masyarakat kapitalis. Melalui perspektif Teori Industri Budaya Adorno dan Horkheimer, ditemukan bahwa ketiga konsep utama *standardization*, *pseudo-individualization*, dan *false needs* saling berkaitan dalam membentuk narasi transformasi Lee Yumi menjadi Anna.

Konsep *standardization* terlihat dari cara drama membingkai kelas atas sebagai satu-satunya standar keberhasilan hidup yang layak dicapai, melalui representasi berulang atas simbol-simbol seperti bahasa asing, kecerdasan, kekayaan, dan koneksi sosial. Konsep *pseudo-individualization* tampak dari ilusi kebebasan yang dialami Yumi ketika bertransformasi menjadi Anna, sebuah kebebasan yang sesungguhnya semu, karena ia hanya meniru citra yang telah distandarisasi oleh budaya kapitalis. Sementara itu, konsep *false needs* terungkap melalui hasil akhir transformasi Yumi, saat keberhasilan sosial yang dicapainya tidak membawa

kebahagiaan, melainkan kecemasan, kebohongan, dan kehilangan jati diri, sebagai bukti bahwa kebutuhan yang ditanamkan sistem kapitalis tidak pernah benar-benar memenuhi individu secara utuh.

Secara keseluruhan, drama Anna memperlihatkan bahwa media populer tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai instrumen ideologis yang menormalisasi ketimpangan sosial dan menjadikan sistem kapitalis tampak wajar serta diinginkan. Resistensi yang ditunjukkan tokoh utama terhadap keterbatasan kelas bawah tetap bersifat individual, bukan kolektif, sehingga alih-alih menantang struktur yang mendominasi, ia justru berpartisipasi di dalamnya. Bagi audiens Indonesia, representasi ini relevan karena merefleksikan logika kapitalisme konsumtif yang juga terlihat dalam budaya media sosial, sekaligus menegaskan bagaimana hegemoni kultural global bekerja secara halus melalui produk budaya populer seperti drama Korea.

Penelitian ini memberikan kontribusi pada pemahaman bahwa mobilitas sosial dalam media populer tidak dapat dilepaskan dari kepentingan ideologis industri budaya. Kajian lebih lanjut dapat diarahkan pada perbandingan representasi serupa dalam drama Korea lain, atau pada respons audiens terhadap normalisasi nilai-nilai kapitalisme yang ditampilkan melalui drama Korea.

DAFTAR PUSTAKA

Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (1972). *Dialectic of Enlightenment*. *Herder & Herder*

Ardia, V. (2014). Drama Korea dan budaya popular. *Jurnal Komunikasi*, *2*(3), 12-18.

Arviani, H. (2013). Budaya global dalam industri budaya: Tinjauan madzhab Frankfurt terhadap iklan, pop culture, dan industri hiburan. *Global and Policy Journal of International Relations*, *1*(02).

Hasna, S. (2021). Dominasi Korean Hallyu dalam konteks strukturasi di industri budaya. *Jurnal Komunikasi*, *12*(2), 110-116.

Herlina, R., & Triana Ahdiati, L. M. (2017). Kolonialisasi Budaya Korea Melalui K-Drama Populer Di Indonesia. *Universitas Jenderal Soedirman*.

Kurniawati, A., Seran, A., & Sigit, R. R. (2021). Teori Kritis dan Dialektika Pencerahan Max Horkheimer. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, *10*(2), 124-135.

Mahardika, E. M., & Rizal, E. (2022). Budaya Korean Wave Sebagai Komoditas Industri Media Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique*, *5*(1), 121-33.

Rahmawati, H. (2023). Korean drama and popular culture on youth in RCTI from a cultivation theory perspective. *Persepsi: Communication Journal*, *6*(1), 22-31.

Rahmatullah, M. H. F., Kasanusi, K., Triristina, N., & Iskandar, W. N. R. (2024). Pemahaman Budaya Korea Selatan melalui Fenomena K-Drama di Indonesia. *AGRAPANA: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, *1*(1), 24-34.

Yudha, R. P. (2023). *Soimah dan Sandrina dalam Perspektif Standarisasi Adorno (Studi Media Massa dan Media Sosial sebagai Industri Budaya)*. Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi, 15(2), 242–263.