



**ANALISIS RESEPSI KHALAYAK PADA ADAPTASI FILM *A
BUSINESS PROPOSAL* VERSI INDONESIA**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Disusun Oleh :
Nabilah Zara Shenia
44322010059

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**



**ANALISIS RESEPSI KHALAYAK PADA ADAPTASI FILM *A
BUSINESS PROPOSAL* VERSI INDONESIA**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Strata (S-1) Ilmu Komunikasi

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Disusun Oleh :

**Nabilah Zara Shenia
44322010059**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nabilah Zara Sheniah
NIM : 44322010059
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“Analisis Resepsi Khalayak Pada Adaptasi Film *A Business Proposal* Versi Indonesia” adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 3 Februari 2026



Nabilah Zara Sheniah

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Nabilah Zara Shenia
NIM : 44322010059
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Dengan judul “Analisis Resepsi Khalayak Pada Film *A Business Proposal* Versi Indonesia”
,telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 9 Februari
2026,didapatkan nilai persentase sebesar 14%

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 9 Februari 2026
Administrator Turnitin



Rizki Agustin. S.Kom

KAMPUS MENARA BHAKTI

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting). Fax 021-584 0813
<http://www.mercubuana.ac.id>, e-mail: umb@mercubuana.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Nabilah Zara Shenia
NIM : 44322010059
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Analisis Resepsi Khalayak Pada Adaptasi Film *A Business Proposal* Versi Indonesia

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 26 Januari 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing



(Dr. Dwi Firmansyah, S.I.Kom., M.I.Kom.)

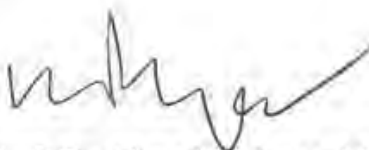
NIDN/NUPTK: 0329044603

Jakarta, 3 Februari 2026

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.)

NIDN/NUPTK: 0318116602



(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si.)

NIDN/NUPTK: 0301117301

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan Rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul **“Analisis Resepsi Khalayak pada Adaptasi Film *A Business Proposal* Versi Indonesia”** sebagai salah satu syarat untuk melanjutkan penyusunan skripsi guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana.

Penelitian ini disusun berdasarkan ketertarikan penulis terhadap fenomena adaptasi drama Korea ke dalam versi lokal yang kerap menimbulkan beragam respons dari khalayak. Melalui pendekatan kualitatif dan teori resepsi Stuart Hall, penulis berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap kajian media dan komunikasi, khususnya dalam memahami dinamika tafsir penonton terhadap produk budaya populer.

Penulis menyadari bahwa penyusunan proposal ini tidak lepas dari bimbingan, dukungan, dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Dwi Firmansyah, S.Ikom.,M.Ikom. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, semangat, dukungan, tenaga, dan waktu yang telah di berikan. Sehingga dapat membantu penulis menyelesaikan
2. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Atas ilmu dan kesempatan belajar yang diberikan
3. Prof. Dr. Ahmad Mulyana selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
4. Ibu Yuni Tresnawati, M.Ikom selaku dosen mata kuliah riset komunikasi yang telah banyak memberikan arahan dan masukan yang sangat berarti.
5. Bapak Yogi, Ibu Ema, Kak Risyia, Kak Dimas, Kak Rani, dan Kak Nandhika selaku informan dalam penelitian ini, yang telah bersedia memberikan waktu dan informasi berharga dalam proses wawancara.
6. Bapak Sutarno selaku ayahanda tercinta, sosok kuat yang menjadi teladan bagi peneliti. Terima kasih atas kerja keras dan dukungan finansial serta moril yang tak pernah putus, sehingga peneliti dapat menyelesaikan pendidikan di Universitas Mercu Buana dengan baik
7. Mama Ela tersayang, terima kasih telah menjadi rumah bagi segala keluh kesah peneliti. Terima kasih atas setiap do'a yang menembus langit hingga memudahkan setiap langkah peneliti dalam Menyusun skripsi ini
8. Seluruh teman-teman *Advertising & Marketing Communication* Angkatan

2022 terima kasih atas kebersamaan,serta memberikan kenangan indah selama masa perkuliahan dan menjadi sumber semangat dan inspirasi selama proses penyusunan proposal ini.

Terima kasih yang sebesar-besarnya untuk diriku sendiri karena telah bertahan sejauh ini. Terima kasih karena tidak pernah menyerah di saat sulit, tetao melangkah meskipun Lelah, dan berhasil mengalahkan rasa malas serta keraguan yang seringkali menghampiri.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif untuk perbaikan di masa yang akan datang.

Akhir kata, semoga Allah SWT senantiasa memberikan petunjuk dan bimbingan-Nya kepada kita semua.

Jakarta, 15 Desember 2025



Nabilah Zara Sheniah

NIM : 44322010059



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama : Nabilah Zara Shenia
NIM : 44322010059
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Analisis Resepsi Khalayak Pada Adaptasi Film *A Business Proposal* Versi Indonesia

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 3 Februari 2026

Yang menyatakan,



Nabilah Zara Shenia

“ANALISIS RESEPSI KHALAYAK PADA ADAPTASI FILM *A BUSINESS PROPOSAL* VERSI INDONESIA”

ABSTRAK

Nama : Nabilah Zara Shenia
NIM : 44322010059
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Analisis Resepsi Khalayak Pada Adaptasi Film *A Business Proposal* Versi Indonesia
Pembimbing : Dr. Dwi Firmansyah, S.Ikom., M.Ikom.

Industri perfilman Indonesia saat ini tengah marak melakukan adaptasi dari kekayaan intelektual populer luar negeri, salah satunya Adalah drama Korea *A Business Proposal*. Namun, fenomena ini membawa tantangan besar berupa tingginya standar ekspektasi khalayak yang telah mengonsumsi versi aslinya, yang sering kali berujung pada diskursus negative di ruang digital jika hasil adaptasi dianggap tidak sebanding.

Penelitian ini menggunakan teori resepsi Stuart Hall, yang membagi pemaknaan khalayak menjadi tiga posisi: *Hegemonic-dominant* (Sepenuhnya menerima pesan media), *Negotiated position* (tidak sepenuhnya menerima pesan), dan *Oppositional position* (sepenuhnya menolak pesan). Metode yang digunakan Adalah analisis resepsi Stuart Hall dengan pendekatan kualitatif dan paradigma post-positivis. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan enam informan dan diuji keabsahannya menggunakan triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa empat informan berada di posisi hegemonic-dominant, satu informan berada di posisi negotiated position, dan satu informan berada di posisi oppositional position. Triangulasi sumber menunjukkan bahwa sentiment informan selaras dengan fenomena rendahnya rating film ini di laman IMDb dan kritik tajam di berbagai media massa.

Kata Kunci : Analisis Resepsi, Stuart Hall, *A Business Proposal*, Adaptasi Film.

“AUDIENCE RECEPTION ANALYSIS OF THE FILM ADAPTATION OF A BUSINESS PROPOSAL INDONESIAN VERSION”

ABSTRACT

Name : Nabilah Zara Shenia
NIM : 44322010059
Study Program : Communication Studies
Thesis Title : Audience Reception Analysis of the Film
Adaptation of ‘A Business Proposal’ Indonesian Version
Supervising Lecturer : Dr. Dwi Firmansyah, S.Ikom., M.Ikom.

The Indonesian film industry is currently rife with adaptations of popular foreign intellectual property, one of which is the Korean Drama A Business Proposal. However, this phenomenon carries a major challenge in the form of high audience expectations built from the original version, which often leads to negative discourse in the digital space if the adaptation is considered incomparable.

This study utilizes Stuart Hall’s reception theory, which divided audience interpretation into three positions: Hegemonic-dominant (fully accepting the media message), Negotiated position (not fully accepting the message), and Oppositional position (fully rejecting the message).

The method used is Stuart Hall’s reception analysis with a qualitative approach and a post-positivis paradigm. Data were collected through in-depth interviews with six informants and the validity was tested using source triangulation.

The research results show that four informants are in the hegemonic-dominant position, one informant is in the negotiated position, and one informant is in the oppositional position. Source triangulation shows that informant sentiment is aligned with the phenomenon of the film’s low rating on the IMDb page and sharp criticism in various mass media.

Keywords: Reception Analysis, Stuart Hall, A Business Proposal, Film Adaptation

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	0
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORY UMB.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Fokus Penelitian.....	5
1.4. Tujuan Penelitian.....	5
1.5. Manfaat Penelitian.....	6
1.5.1. Manfaat Akademis	6
1.5.2. Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Penelitian Terdahulu	7
2.1.1. Jurnal Internasional	7
2.1.2. Jurnal Nasional	8
2.2. Kajian Teoritis	12
2.2.1 Teori Resepsi (Reception Theory) Stuart Hall	12
2.2.2 Elemen-Elemen dalam Film	18
2.3. Kerangka Berpikir.....	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1. Paradigma Penelitian.....	24

3.2.	Metode Penelitian	24
3.3.	Subjek Penelitian	25
3.4.	Teknik Pengumpulan Data	27
3.4.1	Data Primer.....	27
3.4.2	Data Sekunder.....	27
3.5.	Teknik Analisis Data.....	28
3.6.	Teknik Keabsahan Data.....	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		31
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	31
4.2.	Hasil Penelitian	33
4.2.1	Resepsi Khalayak Terhadap Alur Cerita Film A Business Proposal	37
4.2.2	Resepsi Terhadap Aktिंग dan Pemeran	39
4.2.3	Persamaan dan Perbedaan Film A Business Proposal Versi Korea dan Indonesia.....	43
4.2.4	Kekuatan Film A Business Proposal Versi Indonesia dan Kesan Khalayak.....	47
4.3.	Pembahasan	53
4.3.1	<i>Frame of knowledge</i> dalam Resepsi Informan	53
4.3.2	Technical Infrastructure dan Pengalaman Menonton	58
4.3.3	<i>Relations of production</i> dan Wacana Sosial.....	59
4.3.4	Posisi Resepsi Informan dalam Kerangka Stuart Hall	61
4.3.5	Refleksi Paradigma Kritis dalam Pembahasan.....	65
BAB V KESIMPULAN.....		68
5.1.	Kesimpulan.....	68
5.2.	Saran.....	69
5.2.1.	Saran Akademis (Untuk Peneliti Selanjutnya)	69
5.2.2.	Saran Praktis (Untuk Industri Perfilman/Rumah Produksi) ..	69
DAFTAR PUSTAKA		71
LAMPIRAN		74

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 3. 1 Instrumen Wawancara.....	28
Tabel 4. 1 Karakteristik Informan.....	33
Tabel 4. 2 Kategori Hasil Penelitian.....	50



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Rating Film Business Proposal versi korea.....	1
Gambar 1. 2 Rating Film Business Proposal versi Indonesia	2
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	21
Gambar 4. 1 Review IMDb Film A Business Proposal versi Indonesia	54
Gambar 4. 2 Artikel yang menunjukkan cerita film yang sederhana/ringan.....	55
Gambar 4. 3 Tangkapan Layar Komentar dari Video Tiktok	59
Gambar 4. 4 Tangkapan Layar Komentar dari Video Tiktok	63

