

Perbandingan Kepuasan Menonton Film Miracle in Cell No. 7 Versi Korea dan Indonesia

Putu Krisnia Adnya Suari¹⁾, Ade Devia Pradipta²⁾, I Dewa Ayu Sugiarica Joni³⁾

^{1,2,3)} Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email: putukrisniaa@gmail.com¹⁾, deviapradipta88@unud.ac.id²⁾, idajoni@unud.ac.id³⁾

ABSTRACT

Film remake is the art of giving a film a new look without changing the value of the original film. Remaking films is believed to help production companies make more efficient use of time and process when producing new films. Miracle in Cell No. 7 is a South Korean film, successfully remade by Indonesia, which tells the story of people with intellectual disabilities who are accused of raping and killing a girl, the daughter of a state official. The aim of this study is to measure the satisfaction of watching Miracle in Cell No. 7 Korean and Indonesian versions, using the uses and gratification theory with descriptive quantitative research methods. The results of this study suggest that there are differences in visual satisfaction due to the different values of the average gratification sought and obtained. However, the average of the individual indicators is in the “satisfied” to “very satisfied” category.

Keywords: *Miracle in Cell No. 7, comparison of satisfaction, uses and gratification theory*

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan industri perfilman saat ini menunjukkan peningkatan yang baik pasca pandemi covid 19, termasuk di Indonesia. Dilansir dari Badan Perfilman Indonesia dalam *Kompas.com*, pada tahun 2021 produksi film Indonesia sebanyak 36 film dengan jumlah penonton sebanyak 4,5 juta dan tahun 2022 meningkat menjadi 47 film dengan jumlah penonton sebanyak 54 juta (*Kompas.com*, 2021). Angga Dwimas Sasongko, dalam wawancaranya bersama

KINCIR – Cinema Club, menuturkan bahwa kecepatan tuntutan akan adanya konten membuat segalanya serba cepat ada. Konten sudah tidak lagi mahal dan eksklusif penyajiannya dan terjadi pada perfilman juga. Maka untuk meminimalkan resiko, mereka memilih membuat sesuatu yang sudah penonton kenal (KINCIR – Cinema Club, 2018). Lebih lanjut, produksi film dengan gaya *remake* tengah digandrungi saat ini. Film *remake* merupakan sebuah tren di industri perfilman yang memodifikasi suatu film menjadi sebuah film dengan wajah baru tanpa

mengubah nilai dari film orisinalnya (Proctor, 2012). *Me-remake* film oleh rumah produksi film umumnya dilakukan karena merasa lebih efektif dalam segi waktu dan prosesnya.

Film *Miracle in Cell No. 7* merupakan film *remake* yang baru-baru ini tayang di bioskop Indonesia. Film ini diproduksi oleh Falcon Pictures yang digarap oleh Hanung Bramantyo dan merupakan hasil adaptasi dari film produksi Korea Selatan dengan judul yang sama. Kedua film ini sama-sama mendapat apresiasi baik di dunia perfilman. Pada versi Korea-nya berhasil mendulang banyak penghargaan, seperti Top Star Award pada ajang Korean Film Actor's Association Award tahun 2013 dan 7 penghargaan lainnya serta mendapat rating sebesar 8,1/10 menurut perhitungan IMDb. Sementara, pada film versi Indonesia-nya menembus lebih dari 5,4 juta penonton di seluruh bioskop Indonesia (filmindonesia.or.id). Jumlah ini membawanya berada pada peringkat ke-3 film Indonesia berdasarkan jumlah penonton tahun 2022. Dari kedua versi *Miracle in Cell No. 7* ini terlihat bahwa dari segi alur cerita keduanya sama, yaitu mengisahkan seorang pria yang memiliki kebutuhan *down syndrome* yang tidak mendapatkan keadilan di mata hukum. Perbedaan kedua versi film ini terletak pada penggunaan bahasa di film

berikut nama pemainnya, kultur film yang menyesuaikan dengan budaya Indonesia, dan keterbatasan menyebutkan lembaga-lembaga hukum dengan nama sesungguhnya. Perubahan ini terjadi mengikuti penyesuaian ideologi serta regulasi pemerintahan yang ada. Penyerderhanaan dan modifikasi pada sebuah film *remake* dipahami oleh Verevis sebagai hal yang lumrah dan berakibat menyebabkan perbedaan antara versi asli dan *remakenya* yang bukan dimaksudkan untuk menilai manaproduk yang buruk dan mana yang baik (Verevis:2006). Peristiwa ini merujuk pada akan terciptanya kepuasan menonton yang dirasakan. Oleh karena melihat angka kesuksesan *Miracle in Cell No. 7* versiorisinal dan *remakenya*, maka penulis tertarik untuk meneliti “Perbandingan Kepuasan Menonton Film *Miracle in Cell No. 7* Versi Korea Dan Indonesia”

Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan di atas maka menurut penulis penting untuk dilakukan penelitian pada beberapa rumusan masalah, yakni:

1. Bagaimana kepuasan yang dirasakan ketika menonton film *Miracle in Cell No. 7* versi Korea?
2. Bagaimana kepuasan yang dirasakan ketika menonton film *Miracle in Cell*

No. 7 versi Indonesia?

3. Apa perbandingan kepuasan dari menonton film *Miracle in Cell No. 7* versi Korea dan Indonesia?

Batasan Masalah

Penelitian ini akan dibatasi hanya mengukur perbandingan kepuasan menonton *Miracle in Cell No. 7* versi Korea dan Indonesia yang berusia 15 – 22 tahun.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi Massa

Komunikasi massa dipahami sebagai komunikasi yang berlangsung melalui media massa modern, yaitu melalui surat kabar yang beredar luas, siaran radio dan televisi yang ditujukan kepada khalayak umum, serta melalui film-film yang dipertunjukkan di gedung bioskop (Effendy, 2007:79). Komunikasi massa bersifat luas, heterogen, dan anonim.

Film Remake

Remake atau membuat ulang adalah kegiatan mengubah dan/atau memodifikasi beberapa elemen terhadap penyesuaian konsep atau regulasi yang berlaku. *Remake* sesuatu hal menjadi lumrah di ranah perfilman. Menurut Istilah Televisi & Film (2010), *remake* adalah reproduksi film pada film sebelumnya. Sejalan dengan yang

dikemukakan oleh Linda Heutcheon dalam bukunya “*A Theory of Adaptation*”, *remake* selalu merupakan adaptasi karena perubahan konteks. Heutcheon juga menyebutkan adaptasi terjadi berdasar atas suatu motif tertentu yang membawa hal pada sebuah interpretasi dan menciptakan sesuatu yang baru.

Teori Uses and Gratification

Teori *uses and gratification* adalah teori komunikasi massa yang mengasumsikan kapan dan bagaimana audiens sebagai konsumen media menjadi lebih atau kurang aktif dalam penggunaan media dan apa konsekuensi dari penggunaan media tersebut. Penggunaan media yang dipilih audiens disebabkan oleh adanya suatu motif tertentu. Motif ditafsirkan sebagai kombinasi kepentingan individu dan merupakan ukuran seberapa puas dia dengan media yang dipilih (Rakhmat, 2004:207).

Expectancy Value

Model ini pertama kali digagaskan oleh Philip Palmgreen (1984) yang menyatakan bahwa perhatian khalayak terhadap konten media ditentukan oleh sikap mereka. Konsep mengukur kepuasan yang ditawarkan Palmgreen disebut *Gratification Sought* (GS) dan *Gratification Obtained* (GO). GS merupakan motif seseorang dalam

mengonsumsi media sedangkan GO merupakan kepuasan nyata yang diperoleh seseorang setelah mengonsumsi media yang telah dipilihnya (Rachmat, 2008:209).

Menurut McQuail (Rakhmat, 2004:1998), terdapat 4 dimensi penggunaan media untuk melihat bagaimana media akan membantu seseorang memenuhi kebutuhan dan memperoleh kepuasan, diantaranya adalah dimensi informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial, serta hiburan.

Hipotesis

Hipotesis adalah reaksi sementara terhadap perumusan masalah penelitian (Sugiyono, 2017:105). Oleh karena penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan perbandingan kepuasan menonton film *Miracle in Cell No. 7* versi Korea dan Indonesia maka hipotesis komparasi dinyatakan dalam bentuk kalimat dengan pernyataan $H_0 = 0$ berarti tidak melawan dan $H_1 \neq 0$ berarti memiliki arti.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini diteliti menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan media kuesioner. Penentuan sampel ditetapkan sebanyak 100-200 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan penetapan responden adalah mereka yang berada pada

rentang usia 15-22 tahun dan pernah menonton *Miracle in Cell No. 7* versi Korea dan Indonesia.

Terdapat 40 item pernyataan yang mencakup 8 dimensi dan 40 indikator. Seluruhnya telah dilakukan uji validitas dan dinyatakan valid serta telah diuji reliabilitasnya dan dinyatakan reliabel. Kemudian penelitian ini akan diuji menggunakan uji *paired sample t-test* untuk menguji komparasi objek dan menetapkan hipotesis.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Miracle in Cell No. 7 merupakan film yang berasal dari Korea Selatan dan diangkat dari kisah masa lalu seorang pria bernama Jeong Won Seop. Film ini mengisahkan seorang ayah penyandang disabilitas, Yong-Goo, yang diperankan oleh Seung-ryong Ryu bersama putri kecilnya, Ye-Seung, yang diperankan oleh Kal So-won. Awalnya hidup mereka sederhana namun bahagia sampai pada satu peristiwa yang menyebabkan Yong-Goo harus mendekam dipenjara dan dijatuhi hukuman mati. Ia mendapat tuduhan memerkosa dan membunuh seorang anak kepala kepolisian yang membuatnya harus mendapat ketidakadilan itu. Film yang dikemas secara apik dengan durasi 127 menit dan berhasil meraih penonton

sebanyak lebih dari 12,8 juta di 46 hari film ini ditayangkan. Film ini bisa ditonton di media *streaming* Netflix. Oleh karena kesuksesan film ini, banyak negara mencoba mengadopsinya, termasuk Indonesia.

Miracle in Cell No. 7 diadaptasi oleh Hanung Bramantyo dibawah naungan Falcon Pictures. Pada *Miracle in Cell No. 7* versi Indonesia terdapat sedikit perbedaan alur cerita, namun secara inti sama persis seperti film orisinalnya. Selain itu, beberapa perbedaan yang terlihat disebabkan karena Hanung mengkolaborasikan beberapa adegan dan properti agar sesuai dengan kultur Indonesia. Film ini berdurasi 145 menit.

Terdapat 128 responden yang diteliti dimana mayoritas dari mereka adalah perempuan, yaitu sebanyak 104 orang. Berdasarkan usia, mayoritas dari mereka berusia 19-22 tahun dengan latar belakang pendidikan SMA/SMK. Menurut pekerjaan, responden paling banyak berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa dan merupakan penggemar *movie* Korea. Peneliti mendapatkan bahwa mereka mengaku mengetahui *Miracle in Cell No. 7* versi Korea dan Indonesia melalui sosial media dan memutuskan untuk menonton versi Korea-nya melalui *platform* lain serta memutuskan untuk menonton versi Indonesia-nya melalui bioskop. Responden menyatakan bahwa

setuju adanya kesamaan alur cerita kedua versi dan layak untuk dilakukan *remake* film.

Hasil Analisis Data

Peneliti telah mengolah seluruh jawaban responden menggunakan aplikasi SPSS dan didapat hasil bahwa nilai *gratification obtained* (GO) lebih besar daripada nilai *gratification sought* (GS) dari kedua versi film *Miracle in Cell No. 7*. Artinya kepuasan mampu tercapai terhadap keinginan yang diharapkan.

Tabel Hasil Uji Versi Korea

Dimensi	GS	GO
Informasi	4,05	4,08
Identitas Pribasi	3,67	3,57
Integrasi dan Interaksi Sosial	4,35	4,39
Hiburan	4,29	4,36
Rata-rata	4,09	4,10

Berdasarkan tabel diatas menjelaskan bahwa rata-rata GO pada versi Korea adalah 4,10, lebih besar 0,01 daripada rata-rata GS nya.

Tabel Hasil Uji Versi Indonesia

Dimensi	GS	GO
Informasi	3,46	3,74
Identitas Pribasi	3,93	3,83
Integrasi dan Interaksi Sosial	4,11	4,14
Hiburan	4,05	4,12
Rata-rata	3,88	3,96

Berdasarkan tabel di atas menjelaskan bahwa rata-rata GO pada versi Indonesia adalah 3,96, lebih besar 0,08 daripada rata-rata GS nya. Kedua tabel tersebut membuktikan bahwa terpenuhinya kepuasan yang dicari terhadap motif-motif yang diinginkan penonton.

Kemudian rata-rata tersebut diuji menggunakan uji *paired sample t-test*. Hasilnya menjelaskan bahwa didapat rata-rata sebesar 1,125 pada perbandingan pemenuhan motif penonton *Miracle in Cell No. 7* versi Korea dengan pemenuhan motif penonton *Miracle in Cell No. 7* versi Indonesia yang dirasakan responden. Kemudian terlihat bahwa signifikansi *two-tailed* yang dihasilkan adalah 0,001 sehingga hasil ini lebih kecil dari 0,05 (sesuai standar nilai probabilitasnya). Hal ini berarti bahwa H_1 diterima. Maka, hipotesis yang ditetapkan adalah terdapat perbedaan kepuasan menonton *Miracle in Cell No. 7* antara versi Korea dan Indonesia. Kemudian, arti dari mean yang diperoleh sebesar 1,125 menjelaskan bahwa terdapat penurunan kepuasan saat menonton film *Miracle in Cell No. 7* versi Indonesia.

Dengan demikian sesuai dengan paparan hasil pada variabel motif dan variabel pemenuhan motif yang diperoleh beserta fakta-fakta lain yang telah

dikumpulkan peneliti menandakan bahwa ekspektasi penonton yang terbentuk pada film *Miracle in Cell No. 7* versi Korea mampu dipenuhi oleh film remake karya *production house* Indonesia serta memberikan kepuasan tersendiri dari masing-masing versi terhadap dimensi pemenuhan motifnya.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan paparan di atas, peneliti menarik kesimpulan, diantaranya:

1. Sebanyak 128 responden memberikan jawaban bahwa secara umum film *Miracle in Cell No. 7* versi Korea dan Indonesia memberikan kepuasan pada mereka karena mampu memenuhi dorongan motifnya. Rata-rata antara motif dan pemenuhan motifnya mengalami peningkatan. Pada versi Korea terjadi peningkatan sebesar 0,01 dan pada versi Indonesia terjadi peningkatan sebesar 0,08.
2. Antara hasil rata-rata keempat variabel motif dengan variabel pemenuhan motif terjadi variatif nilai, yaitu peningkatan dan penurunan rata-rata di tiap indikatornya. Hal ini diteliti berdasarkan hasil jawaban responden tanpa peneliti dalam lagi sebab variatif nilainya. Meskipun demikian, rata-rata masing-masing

indikator berada pada kategori puas hingga sangat puas.

3. Film *Miracle in Cell No. 7* versi Koreaan Indonesia disaksikan para responden melalui *platform* lain untuk versi Koreanya dan melalui bioskop untuk versi Indonesianya. Hal ini menunjukkan tetap adanya antusiasme menonton film remake luar negeri serta menghargai karya film bangsa dengan tetap menyesuaikan aturan dan budaya Indonesia tanpa mengubah alur cerita dari film orisinalnya.
4. Penelitian ini menjawab hipotesis yang telah diberikan dengan penetapan jawaban pada adanya perbedaan kepuasan menonton

Miracle in Cell No. 7 baik versi Korea maupun versi Indonesia. Artinya penonton merasakan kepuasan tersendiri dari masing-masing versi filmnya pada segi dimensi yang berbeda. Perbedaan ini dilihat dari mean yang didapat sebesar 1,125 dan menunjukkan bahwa penurunan kepuasan terjadi ketika menonton *Miracle in Cell No. 7* versi Indonesia. Meskipun demikian, ekspektasi yang terbentuk dalam film Koreanya mampu dipenuhi oleh film remake yang diproduksi Indonesia.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Cinema club, Kincir. "Bincang Kincir: Angka Dwimas Sasongko – Tren Remake Film". Youtube, diunggah oleh KINCIR – Cinema Club, 10 September 2018, <https://www.youtube.com/watch?v=WJQ9tRpxXAY>.
- Effendy, Onong Uchjana. (1993). Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Gunawan, E. (2016). Komunikasi Kebudayaan Lewat Film Remake: Melindungi Atau Menyemai? *Convergence* (ISSN: 2528-648X), 1(1), 2528–2648.
- McQuail, D. (2009). *Mass Communication Theory*. London: Stage Publication Ltd.
- Kompas.com. (2022). Kebangkitan industri film Indonesia market share lewat film asing. <https://www.kompas.com/cekfakta/read/2022/09/23/201800682/kebangkitan-industri-film-indonesia-market-share-lewati-film-asing?page=all>. Diakses pada 2 Januari 2022
- L. Tubbs, Stewart, & Sylvia Moss. (2000). *Human Communication*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. pg: 12.
- filmindonesia.or.id. (2022). Data

Penonton Tahun 2022.
http://filmindonesia.or.id/movie/viewer/2022#.Y_THj3ZBy3A. Diakses tanggal 31 Desember 2022.

Palmgreen, P. (2001). *Communication Research Measures: A Sourcebook*. The Guilford Press.

Proctor, W. (2012). Regeneration and Rebirth: Anatomy of the Franchise Reboot. *Scope: An Online Journal of Film and Television Studies*, 22, 1–19.

Validnews.id. (2022). Melirik Reputasi Film-film Remake Indonesia. <https://validnews.id/kultura/melirik-reputasi-film-film-remake-indonesia> . Diakses tanggal 12 Januari 2023.