

Analisis struktural wacana multikultural dalam *reality TV show* Korea *My Neighbor Charles*

Fadhila Hasby*, Lilawati Kurnia, Suma Riella Rusdiati

Departemen Susastra, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia
Kampus UI Depok, Jl. Lingkar, Pondok Cina, Kec. Beji, Kota Depok, Jawa Barat, 16424, Indonesia

*Penulis korespondensi: fadhila.hasby31@office.ui.ac.id

Received: 13/01/2025

Revised: 22/04/2025

Accepted: 23/04/2025

Abstrak. Nilai-nilai budaya dominan dipertahankan salah satunya dengan memproduksi acara televisi yang menyisipkan nilai tersebut ke dalam kontennya, secara eksplisit maupun implisit. Sebagai acara televisi realitas yang mengangkat isu multikulturalisme di Korea, *My Neighbor Charles* berusaha menampilkan interpretasi multikultural Korea ke dalam elemen-elemen instrinsik acaranya. Elemen-elemen instrinsik tersebut adalah pembawa acara, studio, salam pembuka, dan video pembuka. Ke empat elemen tersebut masing-masing telah 3-4 kali digantikan dengan versi terbaru. Penggantian tersebut membuktikan evolusi persepsi orang Korea terhadap orang asing. Artikel ini menelaah ke empat elemen tersebut menggunakan pendekatan analisis wacana kritis untuk menjelaskan budaya dominan Korea yang secara implisit dijadikan referensi untuk mengonstruksi wacana multikulturalisme Korea. Hasil analisis menunjukkan bahwa dalam periode sembilan tahun penayangan *My Neighbor Charles*, nampak adanya perubahan persepsi ke arah yang lebih positif tentang orang asing. Persepsi tersebut berada dalam bingkai wacana multikultural Korea yang ingin memperlihatkan Korea yang terbuka terhadap imigran asing. Walau demikian, penggambaran Korea yang multikultural cenderung menciptakan dikotomi ras/etnis yang diskriminatif. Dikotomi diskriminatif ini kemudian menjustifikasi dorongan asimilasi orang asing ke dalam budaya Korea sebagai solusi.

Kata kunci: Multikulturalisme Korea, *Reality TV Show*, Korea Selatan, Analisis Struktur

Abstract. Dominant cultural values are maintained, among other things, by producing television shows that embed these values into their content, both explicitly and implicitly. As a reality television show that addresses multiculturalism issues in Korea, *My Neighbor Charles* strives to present an interpretation of Korean multiculturalism within its intrinsic elements. These intrinsic elements include the host, studio, opening greeting, and opening video. Each of these four elements has been replaced with newer versions 3-4 times. These replacements demonstrate the evolution of Korean perceptions towards foreigners. This article examines these four elements using a critical discourse analysis approach to explain the dominant Korean culture that is implicitly used as a reference to construct the discourse of Korean multiculturalism. The analysis results show that during the nine-year airing period of *My Neighbor Charles*, there has been a shift towards a more positive perception of foreigners. This perception is within the discourse of Korean multiculturalism, which aims to show Korea as open to foreign immigrants. However, the depiction of multicultural Korea tends to create a discriminatory racial/ethnic dichotomy. This discriminatory dichotomy then justifies the push for the assimilation of foreigners into Korean culture as a solution.

Keywords: Korea Multiculturalism, Reality TV Show, South Korea, Structural Analysis

Pendahuluan

Korea Selatan (selanjutnya disebut Korea) dikenal sebagai negara dan masyarakat monoras dan monokultur. Hal itu telah lama menjadi bagian dari identitas nasional orang Korea. Narasi utama identitas nasional Korea tersebut dikontestasikan ketika pada 2006 untuk pertama kalinya pemerintah secara resmi mendeklarasikan bahwa Korea dalam proses menjadi masyarakat multikultural. Pemerintah kemudian berkomitmen mendukung integrasi sosial orang asing ke dalam masyarakat lokal dengan mengeluarkan beragam kebijakan yang mereka sebut kebijakan multikultural (Walton, 2021). Deklarasi komitmen pemerintah tersebut memunculkan wacana multikulturalisme di Korea.

Wacana multikulturalisme di Korea muncul sebagai respon pemerintah terhadap fenomena meningkatnya jumlah imigran asing di Korea dan bagian dari upaya mengatasi permasalahan diskriminasi yang dilakukan orang Korea terhadap para imigran asing tersebut. Peningkatan imigran asing dilatarbelakangi oleh kebutuhan Korea akan buruh di industri manufaktur, pekerjaan yang tidak diminati orang-orang lokal (N. H.-J. Kim, 2015). Kesempatan kerja di industri manufaktur Korea menarik perhatian pekerja dari Asia Tenggara dan Asia Selatan untuk datang ke Korea sebagai pekerja asing. Saat ini, tidak hanya imigran pekerja, imigran lain yang mendatangi Korea dengan beragam alasan juga meningkat. Para imigran asing itu diakui memberikan kontribusi signifikan terhadap kebutuhan Korea akan pekerja di industri jasa dan manufaktur. Selain itu, imigran asing, khususnya mereka yang menikahi orang Korea, adalah agen penting dalam upaya pemerintah mengatasi krisis demografi (Draudt-Véjares, 2023). Akan tetapi, kontribusi penting tersebut tidak terlihat jelas bagi sebagian besar masyarakat Korea yang memandang imigran asing sebagai ancaman. Akibatnya, imigran menerima berbagai perlakuan diskriminatif berbasis ekonomi, kelas, dan ras/etnis (Feyissa et al., 2022; Han, 2022; Heo, 2021).

Sejak 2006 multikulturalisme menjadi agenda dan wacana nasional. Istilah multikultural atau dalam bahasa Korea *damunhwa*, menjadi kata yang banyak diperbincangkan oleh kalangan pemerintah, akademisi, dan media. Media khususnya, menjadi alat yang efektif mempromosikan dan mendistribusikan wacana Korea multikultural kepada masyarakat. Melalui media, masyarakat diperlihatkan konseptualisasi multikultural dari pemangku kepentingan. Media televisi khususnya berperan memvisualisasikan multikultural itu sendiri dengan memproduksi beragam acara yang mengangkat tema multikulturalisme. Di antara program televisi Korea yang secara eksplisit menampilkan orang asing sebagai pemeran utama adalah program bergenre acara realitas. Sejak tahun 2000an, televisi Korea memproduksi acara realitas yang memvisualisasikan orang asing di Korea (Tabel 1). Beberapa di antaranya bertahan hingga 10 tahun, ada pula yang tayang tidak sampai enam bulan. Artikel ini secara khusus menyorot satu acara realitas multikultural berjudul *My Neighbor, Charles* (selanjutnya ditulis MNC). Dibandingkan acara sejenis, MNC secara konsisten setiap tahun menayangkan 48-52 episod yang berarti adanya respon positif penonton terhadap MNC. Selain itu, MNC memvisualisasikan orang asing dari beragam latar belakang (asal negara, profesi, alasan ke Korea) yang menjadikan MNC 'lebih multikultur' dari acara lain.

Tabel 1. Acara Televisi Realitas Korea bertemakan Multikulturalisme

No	Judul bahasa Korea	Judul bahasa Inggris	Saluran TV	Tahun
1	러브 인 아시아	Love in Asia	KBS (nasional)	2005–2015
2	미녀들의 수다	Chit Chat with Beautiful Ladies	KBS (nasional)	2006–2010
3	사돈~처음 뵙겠습니다	Nice to Meet You, In-laws	SBS	2007–2008



4	이제 만나러 갑니다	Now on My Way to Meet You	Channel A	2011-sekarang
5	다문화 고부열전	Multicultural Mother and Daughter-in-law Conflicts	EBS (nasional)	2013-sekarang
6	비정상회담	Non-Summit	JTBC	2014–2017
7	애정통일! 남남북녀	Unification of Love: Southern Men, Northern Women	TV Chosun	2014–2017
8	딱 좋은 친구들	Great Friends	EBS (nasional)	2015–2016
9	내 친구의 집은 어디인가	Where is My Friend's Home?	JTBC	2015–2016
10	이웃집 찰스	My Neighbour, Charles	KBS (nasional)	2015-sekarang
11	모란봉 클럽	Moranbong Club	TV Chosun	2015-sekarang
12	서울메이트	Seoul Mate	tvN	2017–2019
13	어서와~ 한국은 처음이지	Yo! Welcome to Korea!	JTBC	2017-sekarang
14	대한외국인	South Korean Foreigners	MBC	2018-sekarang
15	친한 예능	Friendly Variety	MBN	2020-sekarang

MNC dikategorikan sebagai program televisi bergenre realitas-varietas, suatu genre yang menggabungkan elemen-elemen realitas dan hiburan. realitas-varietas menampilkan orang awam (bukan aktor film atau serial televisi) yang membawakan konten tanpa naskah dalam beragam skenario seperti kompetisi, unjuk bakat, atau eksperimen sosial. Program televisi genre ini diminati karena penonton melihat orang-orang awam dalam situasi yang penonton dapat rasakan keterhubungannya dengan diri mereka sendiri. Konflik, pasang surut emosi dalam cerita kehidupan protagonis yang bukan aktor tersebut dianggap menarik karena membangkitkan, lalu memuaskan rasa ingin tahu penonton tentang apa yang terjadi dan akan terjadi. (B.-K. Kim & Kim, 2020; Y. Kim, 2024)

MNC menggunakan format program realitas-dokumenter dengan perekaman sebelum penayangan di televisi, membagi acara ke dalam dua bagian, yaitu bagian diskusi di studio dan bagian penayangan video rekaman kehidupan sehari-hari dari pasangan kawin campur. Format penayangan di televisi (konten yang dilihat penonton) menggunakan pola studio-rekaman-studio secara bergantian. Video rekaman yang ditonton adalah kompilasi rekaman aktivitas sehari-hari seperti di rumah, di tempat kerja, di toko, di pasar, di tempat wisata, dan tempat lain yang berelasi dengan partisipan. Sampai dengan April 2025, MNC telah memproduksi 478 episode.

Telah banyak studi yang menggunakan reality TV MNC sebagai objek analisis. Sebagian besar studi fokus konten acara, menyoroti isu representasi imigran (Y. Hong, 2021; M.-K. Park & Lee, 2017; Lee, 2020), dan penafsiran konflik budaya dan komunikasi interkultural di antara partisipan dengan keluarga atau orang Korea lainnya (N.-M. Lee, 2015). Studi ini melengkapi studi-studi yang telah ada dengan fokus pada pembongkaran ideologi pada elemen intrinsik MNC. Sebagai acara realitas yang mengangkat tema masyarakat multikultural, elemen instrinsiknya dibumbui pesan multikultur. Oleh karena itu, studi ini menjelaskan bagaimana wacana multikultural ditampilkan dalam acara realitas Korea *My Neighbor, Charles*.

Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode simak dengan teknik catat (Sudaryanto, 2015). Tahapan penelitian terbagi menjadi tiga tahap, yaitu pengumpulan data,

klasifikasi data, dan analisis data. Data dalam penelitian ini adalah empat elemen dalam acara realitas MNC, yaitu peran pembawa acara, desain studio, video pembuka acara, dan salam pembuka. Elemen-elemen MNC dilihat sebagai teks yang menyimpan makna selain makna nyata serta tidak mungkin hanya menjelaskannya apa adanya (Masitoh, 2020). Analisis struktural pada ke empat elemen tersebut dilakukan dengan mengimplementasikan model analisis wacana Norman Fairclough. Analisis wacana Fairclough bertujuan mengidentifikasi relasi ideologis pembentuk wacana multikulturalisme. Menurut Fairclough (1989, dalam Masitoh, 2020), teks wacana dipengaruhi oleh konteks sosial. Teks yang terjewantahkan melalui bahasa lisan dan tulisan tidak hanya refleksi fenomena sosial tetapi juga bagian dari fenomena sosial itu dan kemudian melahirkan wacana. Wacana mengandung representasi yang dapat dihubungkan dengan suatu realitas atau struktur sosial (Eriyanto, 2002). Oleh karenanya wacana tidak dibentuk tanpa kontribusi realitas sosial serta selalu melibatkan suatu struktur sosial yang ada. Model analisis wacana Fairclough mencakup tiga tahap analisis, yaitu deskripsi, interpretasi, dan eksplanasi. Tahap deskripsi menganalisis aspek linguistik teks, tahap interpretasi menjelaskan konstruksi makna yang dihasilkan dalam produksi dan konsumsi teks, dan tahap eksplanasi menjelaskan keterhubungan antara interpretasi teks dengan praktik sosiokultural di masyarakat.

Hasil dan Pembahasan

Tiga Peran Pembawa Acara MNC: Pemandu, Si Pakar, dan Si kakak yang berpengalaman

MNC mengatur peran-peran pembawa acara dalam sesi diskusi di studio dengan pola pemandu acara – orang Korea sebagai pakar – orang asing dengan pengalaman tinggal lama di Korea. Pemandu acara telah berganti sebanyak tiga kali selama sembilan tahun penayangan sejak 2015, sehingga total ada empat pemandu utama. Mereka adalah Alex (musisi), Han Seokjun, Choi Wonjeong, dan Kang Seunghwa. Kecuali Alex, tiga pemandu acara lainnya adalah penyiar KBS (Namu Wiki, 2025a, 2025b, 2025c). Alex dan Han Seok-jun masing-masing membawakan 20 (Januari – Mei 2015) dan 22 (Mei – November 2015) episode. KBS tidak mengungkapkan alasan Alex tidak bertahan lama, namun kemungkinan karena Alex mengutamakan aktivitasnya sebagai vokalis grup Clazziquai (클래지콰이) yang sedang menggarap album ke-7, yang kemudian dirilis pada 2016 (Allkpop, 2016). Han Seok-jun mengundurkan diri dari KBS yang secara otomatis mengeluarkannya dari semua program televisi yang diadakan oleh stasiun televisi itu. Apabila dibandingkan episode yang dibawakan Alex dan Han Seok-jun, jumlah tersebut berbeda jauh dengan episode yang dibawakan oleh Choi Wonjeong, yaitu 296 episode. Setelah tujuh tahun menjadi pembawa acara, Choi Wonjeong digantikan oleh Kang Seunghwa.

Acara realitas MNC dibawakan oleh satu pemandu acara tunggal, dibantu oleh tiga orang asing yang pernah menjadi partisipan MNC. Orang asing tersebut berperan sebagai ‘senior’ dalam konteks pengalaman hidup mereka di Korea sebagai imigran. Peran ‘senior’ tersebut secara bergantian dimainkan oleh Romina (Jerman), David (Italia), Adi (Prancis), Arnold (Prancis), Adelia (Rusia), Mahmoud (Uzbekistan), dan Robert Holly (Amerika Serikat). ‘Senior’ membagikan pengalaman mereka hidup di Korea kepada partisipan. Berbagi pengalaman ini dalam praktiknya lebih pada memberi saran dan tips kepada partisipan agar partisipan cepat beradaptasi dalam lingkungan Koreanya.

Selain ‘senior’, MNC juga mengundang orang Korea yang diposisikan sebagai ‘pakar’, memberikan beragam ‘nasihat’ kepada partisipan tentang budaya Korea. Beberapa orang Korea yang didatangkan sebagai ‘pakar’ antara lain Jo Ujeong (reporter KBS), Fei Miss A (musisi/selebritas), Jo Hyeran (komedian), dan Kim Hyojin (selebritas dan ibu rumah tangga).



Pemilihan siapa yang didatangkan sebagai ‘pakar’ disesuaikan dengan topik adaptasi budaya yang dianggap sebagai masalah yang sedang dihadapi partisipan. Reporter KBS Jo Ujeong misalnya. Ia menjadi memberikan nasihat dan tips kepada partisipan yang kesulitan menyesuaikan diri dengan budaya kerja perkantoran di Korea.

Format pemandu acara, senior, dan pakar dengan peran senior dan pakar dimainkan oleh orang yang berbeda-beda pada tiap episodenya ini bertahan hingga episode 28. Tim produksi kemudian menetapkan MNC hanya dipandu oleh satu pemandu acara, satu pakar, dan satu senior. Peran ‘pakar’ dimainkan oleh selebritas gay sekaligus pengusaha kuliner Korea Hong Seokcheon, sedangkan ‘senior’ oleh selebritas berkewarganegaraan Jepang Sayuri Fujita. Hong muncul pertama kali di MNC pada episode 13, sedangkan Sayuri pada episode 24. Peran ‘pakar’ dan ‘senior’ menjadi posisi yang hanya ditempati Hong dan Sayuri secara konsisten terjadi sejak episode 29 hingga sekarang.

Pemilihan Hong dan Sayuri sebagai pembawa acara pendukung mengundang interpretasi dalam kaitannya dengan karakter MNC sebagai acara realitas bertema multikultural. Konsep multikultural sebenarnya merupakan diskusi terkait keberagaman identitas. Dalam keberagaman identitas tersebut dapat mencakup beragam penanda identitas seperti ras, etnis, subkultur, dan kelompok minoritas. KBS nampaknya memberi perhatian pada topik multikultural global yang mencakup diskusi tentang keberagaman gender dan isu LGBT (Lesbian, Gay, Biseksual, Transgender) yang direpresentasikan oleh Hong. Hong adalah selebritas Korea pertama yang secara terbuka mengungkapkan identitas gay-nya ke publik pada tahun 2000. Sentimen negatif yang kuat terhadap kelompok LGBT pada masa itu memaksa Hong hengkang dan vakum dari industri hiburan Korea selama tiga tahun (Koreaboo, 2023). Selama vakum, Hong membangun bisnis kuliner dengan membuka restoran di area Itaewon, area yang dikenal sebagai pusat budaya global Korea karena dipenuhi oleh restoran, toko, dan komunitas internasional. Bisnis kulinernya memungkinkan Hong sering berinteraksi dengan orang asing dari berbagai negara. Kembalinya Hong ke layar televisi pada 2003 dalam drama *Perfect Love* (완전한 사랑 *wanjonhan sarang*) di saluran televisi SBS (Seoul Broadcasting System) sempat diprotes oleh masyarakat yang meminta Hong dikeluarkan dari daftar pemain. Namun, SBS mempertahankan Hong dan sejak itu Hong membangun lagi karirnya di industri hiburan Korea, terutama di televisi. Sebagai bangsa yang dipengaruhi kuat oleh Konfusianisme, masyarakat Korea sebagian besar belum menerima pandangan di luar standar norma dan nilai Konfusianisme tentang dikotomi gender dan keberadaan identitas gender lain di luar itu. Hong secara legal dianggap laki-laki dan ia menjadi ‘ayah’ untuk keponakannya yang ia adopsi.

Produksi acara realitas MNC dapat diartikan juga sebagai perhatian KBS dan respon kreatif tim produksi terhadap fenomena pernikahan campur antara orang Korea dan non-Korea. Hal ini dapat terlihat dari identitas partisipannya yang sebagian besar adalah pasangan pernikahan campur. Pernikahan campur telah mendapat dukungan dari pemerintah sejak 1990an ketika pemerintah memfasilitasi impor pengantin wanita dari Tiongkok dan Vietnam untuk dinikahkan dengan pria Korea di daerah pedesaan (M. Y. Park, 2017). Kebijakan impor pengantin tersebut adalah bagian dari upaya pemerintah untuk mengatasi krisis demografi yang disebabkan oleh tingkat kelahiran rendah (Raymo & Park, 2020). Fenomena tingkat kelahiran rendah ini merupakan permasalahan nasional kompleks yang tidak hanya tentang keinginan memiliki anak itu sendiri, tetapi juga tentang persepsi terhadap pernikahan. Dalam masyarakat Korea kontemporer, persepsi tentang pernikahan dan membangun keluarga telah dipengaruhi oleh beragam faktor sosial dan budaya yang berubah seiring zaman. Perubahan tersebut terutama dipengaruhi oleh nilai-nilai keluarga modern, patriarki, persepsi gender, individualisme, dan kapitalisme (Hwang, 2023; Seo, 2019).

Dalam konteks itu, Sayuri merepresentasikan individu yang menghindari pernikahan namun tetap ingin memiliki anak. Pada 16 November 2020, publik Korea dikejutkan oleh berita

kelahiran anaknya yang ia beritahukan di akun instagramnya (Y. Kim, 2020). Perhatian publik fokus pada cara Sayuri untuk memiliki anak melalui proses bayi tabung yang ia lakukan di Jepang menggunakan sperma donor (yang dirahasiakan identitas pendonornya), tanpa menikah lebih dulu. Suatu cara yang masih ilegal di Korea karena hanya dapat dilakukan oleh pasangan yang telah menikah. Surat kabar daring nasional *The Korea Times* menuliskan fenomena Sayuri menjadi ibu tanpa pernikahan akan menjadi representasi bentuk keberagaman keluarga dan pilihan 'alternatif' di Korea bagi mereka yang tidak ingin menikah namun tetap ingin memiliki anak (H. Park, 2022). Seperti KBS, sebagai media nasional, narasi *The Korea Times* merefleksikan gagasan 'multikultural' dalam konteks isu yang berbeda dari isu ras, etnisitas dan imigrasi. Hal ini menunjukkan agresifnya pemerintah mempromosikan fokus dari kebijakan multikulturalisme Korea, yaitu mengatasi krisis demografi dan dampak-dampak yang disebabkan oleh krisis tersebut (E. H. Park, 2020).

Dengan melihat latar belakang Hong dan Sayuri, dapat dikatakan, keduanya adalah representasi keberagaman masyarakat di Korea. Identitas tersebut menjadi komplemen untuk status selebritas keduanya yang mendudukan mereka sebagai pembawa acara tetap MNC. Keputusan tim produksi MNC menjadikan Hong dan Sayuri sebagai pembawa acara tetap bersama pemandu acara utama, memainkan peran pakar dan senior merupakan titik awal wajah baru MNC. MNC menjadi acara realitas bertema multikultural dengan format ajeg dan pembawa acara yang familiar oleh penonton. Dengan membandingkan episode 1-28 yang tidak memunculkan Hong dengan episode setelahnya yang konsisten menghadirkan Hong, dapat diidentifikasi adanya perubahan suasana studio menjadi lebih santai. Hong meramaikan suasana di studio dengan komentar humorisnya yang lucu. Terkadang dalam momen yang mengharukan, Hong ikut menangis dengan gestur mengusap air matanya. Ketika Hong perlu untuk menyampaikan opini dan sarannya dari sudut pandang orang Korea kepada partisipan, Hong mengungkapkannya dengan penyampaian dan gerak tubuh yang humoris dan tidak mengintimidasi, yang membuat hal-hal yang Hong sampaikan terdengar seperti lelucon. Program realitas televisi pada umumnya membutuhkan pembawa acara yang menghibur dengan humor dan lelucon. Lelucon di sini harus lebih dari sekadar membuat orang tertawa. Ia adalah tindakan untuk membangun solidaritas (Hill, 2017). Bentuknya dapat berupa ekspresi wajah, nada suara, dan/atau kontak mata. Solidaritas yang dibangun Hong ketika ia membuat semua yang ada di studio tertawa, hal itu meningkatkan imaji positif dengan mengakui kecerdasan dan makna kebenaran di dalam pernyataan Hong.

Studi Weissman (2020) menjustifikasi keputusan tim produksi MNC untuk memilih Hong. Weisman menjelaskan bahwa sebuah acara membutuhkan seseorang yang penuh energi, memiliki keberanian untuk berbicara secara terbuka, dan mampu menyampaikan keakraban serta keterbukaan emosional melalui intonasi suaranya. Struktur acara diatur berdasarkan interaksi antara partisipan dan pembawa acara yang enerjik meningkatkan interaktivitas dan memberikan rasa realisme kepada penonton di rumah. Alih-alih hanya berfungsi sebagai perantara antara produser dan penonton, pembawa acara menjadi mediator di antara para penonton sendiri, mewakili penonton berinteraksi dengan partisipan.

Dibandingkan gaya luwes dan bersahabat Hong, kepolosan dan gaya simpatik yang ditunjukkan Sayuri untuk partisipan sebenarnya mendukung posisi dan perannya dalam MNC. Sebagai selebritas asing yang berbasis di Korea, Sayuri adalah 'senior' dalam hal pengalaman hidup sebagai orang asing di Korea. Sayuri berperan memberikan perspektif lain kepada partisipan tentang 'tata operasional' masyarakat Korea yang perlu dipahami orang non-Korea. Walau demikian, porsi nya tidak lebih banyak dari pembawa acara utama dan Hong. Dalam sebagian besar sesi dan episode MNC, Sayuri lebih banyak menunjukkan gestur dan ekspresi rasa ingin tahu, terkesima, memuji, dan bersimpati dengan partisipan. Kalaupun Sayuri berkesempatan mengungkapkan pendapat dan pemikirannya tentang suatu permasalahan, ia menyampaikannya dengan gestur, intonasi suara, dan tata kalimat penuh kehati-hatian.



Dengan menjadikan Hong dan Sayuri sebagai pembawa acara tetap, MNC melakukan perubahan komposisi pada pola peran pembawa acara yang dapat dilihat dalam Tabel 2. Sampai episode 26, penyiar KBS yang bertugas membawakan acara berperan ganda, yaitu sebagai pemandu acara dan sebagai ‘pakar’ yang memberikan saran paternalistik dari sudut pandang orang Korea. Sejak episode 29, peran tersebut diberikan kepada Hong. Peran ‘senior’ yang semula dimainkan oleh tiga orang asing yang pernah menjadi partisipan MNC, kemudian diberikan kepada Sayuri sebagai perwakilan orang asing di Korea. Walaupun ada episode-episode yang mengundang orang asing lain, kebanyakan mereka memainkan peran tambahan mirip peran Sayuri namun bersifat temporal.

Tabel 2. Perubahan Individu yang memerankan Pakar dan Senior

Episode	Peran Si Pakar	Peran Si Kakak
1, 6, 10, 11	Pemandu acara utama	Tiga orang asing mantan partisipan
3	Christina (menantu yang 8 tahun tinggal di rumah mertua)	Tiga orang asing mantan partisipan
2, 4, 5, 7, 8, 9, 12	Orang Korea dari beragam latar belakang	Tiga orang asing mantan partisipan
13-26	Hong Seok-cheon, Jo Hye-ryeon	Dua/tiga orang asing mantan partisipan (termasuk Sayuri mulai ep. 24)
27-28	<i>Hanya penayangan video</i>	
29-sekarang	Hong Seok Cheon	Sayuri dan satu orang asing

Perubahan individu yang memainkan peran pembawa acara menjadikan format *talkshow* MNC lebih terstruktur. Peran ‘pakar’ dan ‘senior’ menjadi lebih efisien dan efektif setelah diberikan kepada Hong dan Sayuri dibandingkan dibagi kepada beberapa orang berbeda. Latar belakang Hong dan Sayuri sebagai selebritas yang terbiasa terlibat dalam beragam acara realitas Korea membuat keduanya terlihat natural sebagai pembawa acara. Hong dan Sayuri memenuhi syarat seorang pembawa sebagaimana dijelaskan (Hill, 2017) bahwa pembawa acara harus memiliki daya tarik yang kuat, mampu menarik perhatian, serta mendengarkan partisipan dengan aktif. Peran tersebut sangat signifikan dalam sebuah program televisi bergenre realitas karena pembawa acara juga adalah wajah dari program tersebut.

Peran ‘pakar’ dan ‘senior’ yang diberikan pada Hong dan Sayuri berfungsi dengan baik karena MNC mengimplementasikan format ‘masalah dan solusi’ dalam program mereka. Format tersebut diimplementasikan dengan memberikan kesempatan kepada partisipan berbagi cerita mereka kepada publik penonton. Pembawa acara akan “menunjukkan perilaku simpatik dalam menanggapi cerita partisipan lalu mengambil peran menyerupai orangtua yang peduli atau teman yang memahami atau terapis yang berpengetahuan meskipun tidak memiliki kualifikasi formal” (Gün & Kaya, 2006, p. 38). Dalam MNC, partisipan berbagi cerita tentang kesulitan mereka beradaptasi dengan budaya Korea. Kemudian Hong dan Sayuri memberikan saran dan nasihat yang dianggap membantu partisipan melewati kesulitan tersebut. Dalam episode 13 misalnya, Hong memberi solusi kepada partisipan Zachary (asal Amerika Serikat) yang kesulitan mengelola bisnis kulinernya. Hong menyarankan Zachary perlu lebih berusaha memperluas bahasa Koreanya. Hong juga mengajarkan budaya ‘memberi lebih’, bahwa bisnis kulinernya akan sukses jika Zachary mau memberikan bonus-bonus kecil dalam pesanan pelanggan makanannya. Identitas Hong sebagai orang Korea membuat saran dan nasihat yang ia sampaikan tampak valid dan relevan. Zachary dapat dipastikan ada di posisi harus menerima saran-saran Hong karena Hong orang Korea. Melalui proses interaksi ini, perspektif orang Korea (Hong) diperlihatkan lebih penting dan saran-saran Hong diafirmasi menjadi solusi atas permasalahan Zachary.

Acara realitas MNC menerapkan format diskusi dengan kombinasi peran pemandu acara, pakar budaya Korea, dan senior dari kalangan imigran. Awalnya, peran ini berganti-ganti, namun

sejak episode 29 hingga kini, formatnya stabil dengan satu pemandu acara utama dan dua pendukung tetap, yaitu Hong Seokcheon sebagai 'pakar' serta Sayuri Fujita sebagai 'senior'. Pemilihan Hong dan Sayuri mencerminkan komitmen KBS terhadap konsep multikulturalisme dengan menampilkan keberagaman identitas, khususnya melalui representasi minoritas seksual (Hong sebagai selebritas gay terbuka pertama di Korea) dan pilihan keluarga alternatif (Sayuri menjadi ibu tunggal tanpa menikah). Kehadiran Hong dengan gaya humoris dan interaktif serta Sayuri dengan gaya simpatik dan hati-hati secara efektif meningkatkan suasana acara, membangun solidaritas di studio maupun dengan penonton di rumah, sekaligus menjadikan struktur acara MNC lebih teratur, efisien, dan relevan dalam memberikan solusi atas permasalahan adaptasi budaya para partisipan.

Dekorasi Studio: Dari Sekolah Imigran ke Ruang Konsultasi

Salah satu sesi acara MNC adalah sesi di studio. MNC telah menggunakan tiga dekorasi pada studionya. Sebagai program realitas yang juga mengadaptasi format *talkshow*, studio adalah tempat pembawa acara dan partisipan berkumpul untuk membicarakan permasalahan yang dihadapi partisipan dalam keseharian mereka di Korea. Kebanyakan pengaturan studio untuk program *talkshow* mengupayakan interaksi intim antara pembawa acara dan tamu yang diundang (Muzahdi, 2024), salah satunya dengan menyiapkan sofa baik untuk tamu maupun pembawa acara. Penggunaan sofa yang empuk dapat menampilkan kesan santai dan kenyamanan untuk tamu. Pada bagian ini, MNC menjadi unik. MNC telah menggunakan tiga dekorasi studio tanpa sofa yang berbeda. Dekorasi studio MNC yang pertama berkonsep 'sekolah', sedangkan yang kedua dan ketiga berkonsep studio program berita televisi. Studio pertama ditempatkan di luar ruangan dan dengan aksesoris tematik berbentuk koper merah besar, di area terbuka di Dongdaemun, seperti ditampilkan dalam Gambar 1. Sisi depan koper merah ini dihiasi dengan gambar bendera dari beberapa negara dan tulisan 'Leave or Stay' berukuran besar. Sesi studio direkam di studio temporal dibalik koper merah ini. Dekorasi studio pertama berfokus pada tema sekolah. MNC menamainya dengan 'sekolah imigran' *ibangin hakkyo* (이방인 학교).



Gambar 1. Tampak luar studio pertama MNC
(Sumber: *My Neighbor Charles*, Episode 60)

MNC menggunakan berbagai properti untuk mendukung tema studio pertama, seperti meja dan kursi kelas, papan tulis kapur, dan rak buku yang mewakili konsep 'sekolah', serta koper dan penunjuk jalan yang mewakili konsep 'imigran'. Dekorasi studio berkonsep 'sekolah imigran' sebagaimana yang terlihat dalam Gambar 2, menampilkan partisipan imigran asing sebagai siswa (di sisi kanan), pembawa acara sebagai guru (di tengah), dan partisipan sebelumnya sebagai senior (di sisi kiri). 'Sekolah' dimulai setelah pembawa acara utama menyapa penonton yang menyebutkan dan merujuk MNC sebagai sesi belajar (*su'eob*). Partisipan kemudian dipanggil dan masuk studio melewati pintu merah. Pembawa acara utama

menyebut proses pemanggilan partisipan dengan istilah *ibangin iphaksik* (penyambutan siswa imigran). Dalam bahasa Korea, kata *iphaksik* berarti acara penyambutan siswa baru. Penggunaan *iphaksik* dalam pernyataan pembawa acara menonjolkan posisi imigran asing sebagai orang baru dalam sekolah budaya Korea. Dekorasi bertema 'sekolah' ini dapat dimaknai bahwa MNC memandang imigran asing sebagai kelompok masyarakat yang perlu 'disekolahkan'. 'Disekolahkan' dalam konteks ini agar mereka memahami budaya Korea.



Gambar 2. Studio 'Sekolah Imigran' versi 1 untuk Ep.1 -32

(Sumber: My Neighbor Charles, Ep. 20)

MNC mengubah posisi duduk partisipan di dalam studi pada episode 33-147 dari yang semula di sisi kanan penonton menjadi di tengah, duduk di kursi tanpa meja dan membelakangi papan tulis (Gambar 3). Perubahan ini mendudukan partisipan langsung menghadap penonton dan memberi kesan tampil sebagai bintang acara. Walau demikian, posisi tersebut juga membangun kesan partisipan sedang 'diinterogasi' oleh para pembawa acara di sisi kanan dan kiri. Partisipan menerima pertanyaan dan komentar dari sisi kanan dan kiri mereka secara bergantian. Posisi duduk para pembawa acara yang menyerong di sisi kanan dan kiri partisipan menguatkan kesan kuat sebagai 'guru'. Hal ini berimplikasi pada representasi orang asing oleh MNC. Pertama, representasi imigran sebagai entitas yang bermasalah. Dengan mendudukan partisipan di tengah dan mengatur alur diskusi dengan fokus pada 'siswa yang sedang menghadap guru dengan segudang permasalahan yang harus diselesaikan'. MNC memosisikan partisipan sebagai 'yang lain' karena ia tidak duduk di kursi yang sama dengan pembawa acara yang orang Korea dan mendiskriminasi mereka dari senior mereka yang telah beradaptasi dalam masyarakat Korea.



Gambar 3. Studio 'Sekolah Imigran' versi 2 untuk Ep.33-147

(Sumber: My Neighbor Charles, Ep.87)

MNC meninggalkan konsep dekorasi 'sekolah imigran' dan beralih ke studio berkonsep *talkshow*. Gambar 4 dan 5 memperlihatkan dekorasi baru di mana tidak ada papan tulis, meja siswa, dan buku. Pembawa acara dan partisipan duduk bersama di meja besar berbentuk

setengah lingkaran bermotif amplop dengan tulisan *My Neighbor Charles* dalam bahasa Korea, membelakangi latar lingkaran biru, merah, dan kuning. Selain pintu merah berbentuk koper dengan tulisan *Leave or Stay* di daun pintu, dan beberapa koper di depan meja besar, dekorasi studi ke dua ini sama sekali berbeda dari sebelumnya. Perubahan konsep studio ini berdampak pada posisi duduk pembawa acara dan partisipan. Pembawa acara duduk di sisi tengah dan kanan meja dilihat dari layar televisi, sedangkan partisipan ada di sisi kiri.



Gambar 4. Studio MNC Ep.148~234
(Sumber: *My Neighbor Charles* Ep.210)



Gambar 5. Studio MNC Ep.235~259
(Sumber: *My Neighbor Charles* Ep.235)

Hal yang signifikan berubah dari perubahan dekorasi studio adalah ketika pada pertengahan 2020, tepat mulai episode 235, tim produksi menghapus kalimat *Leave or Stay* di pintu merah, seperti yang ditampilkan Gambar 5. MNC tidak menjelaskan alasan dihapusnya kalimat tersebut, akan tetapi waktu penghapusan itu berdekatan dengan pengumuman pemerintah pada Februari 2020 tentang peningkatan signifikan jumlah orang asing di Korea yang mencapai 2.5 juta orang yang mana 69% dari jumlah tersebut terdaftar memiliki izin tinggal jangka panjang (J. Hong, 2020). Sebagaimana fakta angka berbicara, lebih banyak imigran asing yang menetap di Korea untuk waktu yang lebih panjang. Artinya mereka memutuskan '*stay*'. Oleh sebab itu, wacana *Leave or Stay* tidak lagi relevan digunakan mendefinisikan status imigran asing di Korea. Selain itu, frasa dua pilihan itu dapat berdampak kontraproduktif dengan kebijakan imigrasi pemerintah Korea yang memberikan izin tinggal permanen kepada pekerja terampil dan orang asing yang menikahi orang Korea (Jeon, 2018).

Dekorasi studio ketiga meniadakan properti yang dapat dikaitkan dengan imigran, seperti koper dan meja bermotif amplop surat pos (Gambar 6). Walau begitu, pintu masuk partisipan berbentuk koper merah besar dipertahankan. Dekorasi keempat bernuansa kota besar dengan

warna-warni pastel, dan latar yang berbeda sama sekali dari yang sebelumnya. Dekorasi yang keempat telah meniadakan semua properti yang berasosiasi dengan imigran (Gambar 7).



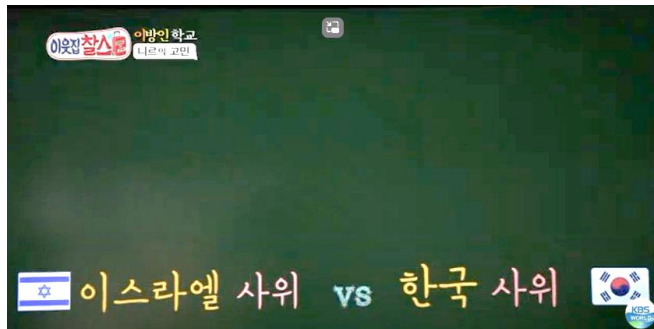
Gambar 6. Studio MNC Ep.260~339
(Sumber: My Neighbor Charles Ep.260)



Gambar 7. Studio MNC Ep.340~sekarang
(Sumber: My Neighbor Charles Ep.340)

Alur acara realitas MNC disusun mengikuti format ‘masalah-solusi’ di mana partisipan mengungkapkan permasalahan yang mereka hadapi sebagai imigran, kemudian MNC menjadi pihak yang memberikan solusi. Format ini digunakan sejak dekorasi studio pertama yang bertema ‘sekolah imigran’. Partisipan diposisikan sebagai ‘siswa baru’ (sinipsaeng) seperti siswa pindahan yang datang ke sekolah baru. Pertama-tama, partisipan diminta memperkenalkan diri kepada penonton, lalu pembawa acara memberikan beberapa pertanyaan spesifik tentang latar belakang partisipan, seperti pekerjaan, usia, lama tinggal di Korea, dan alasan datang ke Korea. Kemudian penonton diajak untuk melihat rekaman video keseharian partisipan yang nantinya memunculkan masalah yang hendak dicarikan solusinya. Setelah menonton rekaman, sekitar 10-15 menit sebelum acara berakhir, penonton dibawa kembali ke studio, pembawa acara menegaskan lagi permasalahan yang diungkap dalam rekaman di layar televisi. Gambar 8 memperlihatkan topik masalah yang hendak dicarikan solusinya. Dalam gambar tersebut tertulis “Menantu Israel VS Menantu Korea”. Topik ini mengangkat isu konflik budaya di dalam keluarga yang dialami Nir, warga negara Israel yang menikahi wanita Korea, Song Eunkyung. Kisah Nir diceritakan dalam episode 22. Nir diceritakan sebagai menantu asing yang tidak memahami budaya senioritas Korea dan menantu yang tidak tanggap situasi. Dalam sebuah acara piknik keluarga, Nir diperlihatkan membiarkan bapak mertua dan kakak iparnya mengolah makanan, yang seharusnya dilakukan atau setidaknya dibantu oleh Nir sebagai menantu paling muda. Suasana piknik berubah canggung dan tidak nyaman karena Nir tidak juga menyadari perannya.

Istri Nir beberapa kali memberi sinyal agar Nir segera berinisiatif mencairkan suasana dengan aksi darinya, tetapi tetap gagal.



Gambar 8. “Menantu Israel atau Menantu Korea”

(Sumber: *My Neighbor Charles*, Ep. 22)

Atas dasar narasi ini, MNC membuatkan topik diskusi tentang membandingkan konsep menantu dalam dua budaya berbeda, Israel dan Korea. Diskusi fokus pada memberikan saran kepada Nir agar dapat menjadi menantu yang diharapkan, yaitu seperti menantu (yang memahami budaya) Korea. Nir tidak ditanya tentang bagaimana menjadi menantu dalam keluarga Israel. Cara pembentukan narasi ini tidak hanya menempatkan imigran asing (misalnya Nir) sebagai kelompok yang harus menyesuaikan diri dengan budaya Korea, tetapi juga tidak memberi kesempatan bagi mereka menunjukkan kebudayaan mereka. Artinya, MNC tidak memandang budaya imigran sebagai aspek penting yang perlu diperlihatkan bersamaan dengan budaya Korea.

Dari tiga dekorasi studio yang berbeda, dapat diidentifikasi perubahan konsep acara yang semula fokus pada tema 'sekolah imigran' sebagaimana tampak pada dekorasi pertama, menjadi acara realitas yang diberi nuansa *talkshow*. Perubahan itu mengisyaratkan adanya pergeseran pada cara MNC memperlakukan imigran di dalam studio. Setelah menggunakan dekorasi studio kedua kemudian yang ketiga, MNC berhenti menyebut imigran sebagai 'siswa baru', mengurangi penggunaan properti yang dapat diasosiasikan dengan imigran, dan membangun suasana *talkshow* yang lebih bersahabat. Terlepas dari perubahan makna yang diisyaratkan oleh perubahan dekorasi studio, MNC masih menggunakan alur acara yang mengikuti format 'masalah-solusi', di mana partisipan mengungkapkan permasalahan mereka sebagai imigran dan MNC memberikan solusi. Format diskusi mempertahankan fokus pada memberikan nasihat dan solusi.

Imaji Keberagaman dalam Video Pembuka Acara (VPA)

Tim MNC memproduksi video pembuka acara (VPA) berdurasi 17 detik yang ditampilkan sebelum program dimulai. Sejak penayangannya hingga saat ini, MNC telah membuat tiga video pembuka. VPA 1 digunakan selama lima tahun penayangan dalam episode 1-199 (Januari 2015-Agustus 2019), kemudian diganti dengan VPA 2 dalam episode 200-350 (Agustus 2019-Agustus 2022). VPA ketiga digunakan sejak episode 351 dan masih digunakan hingga sekarang.



Gambar 9. Cuplikan VPA 1-Welcome to Korea
(Sumber: My Neighbor Charles, Ep.3)



Gambar 10. Cuplikan VPA 1-Welcome to Korea dan Koper Merah
(Sumber: My Neighbor Charles, Ep.3)

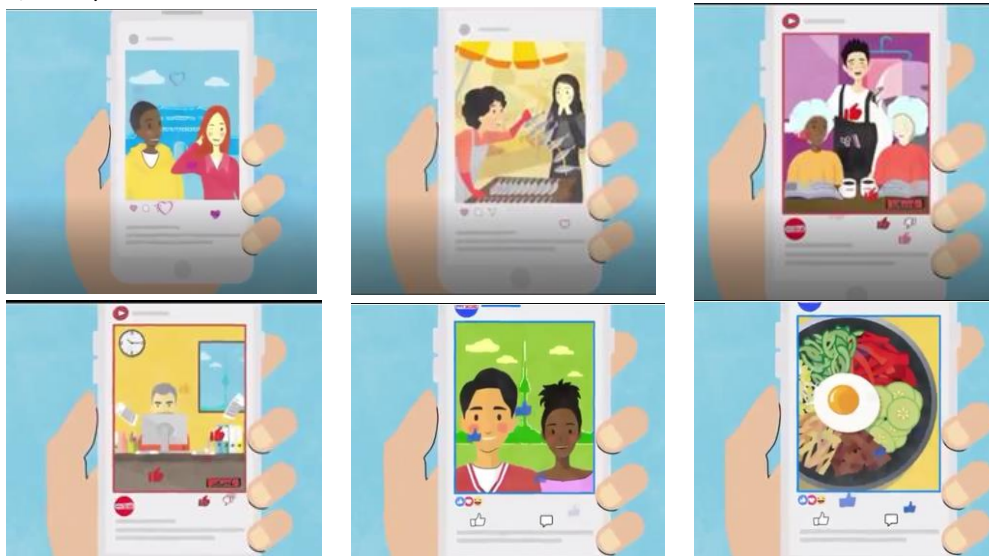
Dengan memperhatikan cuplikan VPA 1 dalam Gambar 9 dan 10 secara seksama, keduanya menggambarkan kondisi ketika imigran asing masuk Korea secara masif dan respon pemerintah Korea. Hal itu dengan jelas terwakili oleh cuplikan 'Welcome to Korea'. Kata 'welcome' menandai respon Korea yang 'menyambut' kedatangan imigran tersebut, mengindikasikan pentingnya imigran asing untuk Korea, setidaknya hal itu yang disampaikan oleh pemerintah ketika berbicara tentang solusi mengatasi kurangnya buruh kerja di tengah pesatnya perkembangan ekonomi serta krisis demografi akibat rendahnya angka kelahiran (The Korea Times, 2015). Siluet orang-orang menarik koper mewakili imigran asing. Cara menampilkan orang asing dengan siluet ini mengindikasikan makna bahwa influks imigran asing tidak terlalu dirasakan oleh masyarakat karena mereka dianggap orang-orang yang berada di Korea untuk waktu tertentu saja, yang pada waktunya akan kembali ke negara mereka masing-masing. Papan penunjuk jalan bertuliskan *hagop* (studi), *chwi'eop* (bekerja), *kyeoron* (pernikahan) dan urutan ketiganya menguatkan argumen keberadaan imigran asing tidak secara signifikan mempengaruhi masyarakat lokal. Mereka yang datang ke Korea untuk studi, bekerja, dan berwisata dibatasi oleh periode tertentu. Mereka akan meninggalkan Korea pada waktunya. Selain itu, status sebagai non-warga negara Korea menjadikan imigran asing belum dianggap sebagai bagian tak terpisahkan dalam masyarakat.

Perspektif MNC tentang imigran asing menjadi lebih jelas pada VPA 2. Dalam VPA 2, imigran asing tidak lagi ditampilkan dengan siluet, tetapi memperlihatkan dengan jelas penanda ciri-ciri fisik mereka. Gambar 11 memperlihatkan gambar sembilan orang asing. Sembilan orang asing tersebut terdiri dari tiga orang berkulit putih, dua orang berkulit hitam, tiga orang berkulit kuning dua diantaranya memiliki berewok, satu orang berhijab hitam. Gambar 11 menunjukkan sepertinya MNC ingin menampilkan suatu konsep keberagaman Korea dilihat dari perspektif perbedaan ras dan etnis.



Gambar 11. Cuplikan VPA 2
(Sumber: *My Neighbor Charles*, Ep.200)

Gambar 12 memperlihatkan bagian lain dari VPA 2. Beberapa gambar yang muncul berurutan dalam bingkai telepon seluler, menyerupai unggahan foto di media sosial. Pada tiap gambar MNC nampak mencoba memperlihatkan keberagaman dengan menampilkan interaksi lintas kultural dalam gambar laki-laki kulit hitam dan perempuan kulit putih; perempuan berhijab dan orang Korea penjual ikan; dua orang asing dan orang Korea penata rambut; laki-laki Korea dan perempuan kulit hitam. Yang paling menarik perhatian adalah muncul gambar *bibimbap*, makanan tradisional Korea yang disajikan dengan mengombinasikan nasi hangat dan berbagai lauk di atasnya, seperti sayuran, daging, telur, dan saus gochujang (pasta cabai merah). Semua bahan ini dicampur sebelum dimakan. Bibimbap tidak hanya dibuat dengan menambahkan bermacam-macam lauk dan sayuran, tetapi makanan ini juga mempertimbangkan penyajian warna lauk dan sayuran untuk mengangkat nilai estetikanya (Lee-Niinioja, n.d.). Kemunculan bibimbap menjadi simbol representasi keberagaman dan harmoni dalam masyarakat Korea yang multikultur (Mun et al., 2023). Representasi bibimbap sebagai simbol harmoni menjadi relevan karena secara histori-kultural, bibimbap adalah makanan semua orang terlepas dari status kelasnya, juga satu-satunya makanan tradisional yang dapat dihidangkan dalam sebuah mangkuk besar dan dimakan bersama 3-4 orang, yang menyimbolkan kebersamaan (K. R. Chung, 2015). Terlebih lagi, bibimbap merupakan makanan yang disukai banyak orang asing sehingga menjadi makanan yang menyimbolkan global, modernisasi, dan keberagaman (H.-K. Chung et al., 2016).



Gambar 12. Representasi Multikultural dalam VPA 2
(Sumber: *My Neighbor Charles*, Ep.200)

Di akhir VPA 2 dimunculkan lagi lima orang asing dari sembilan orang yang muncul sebelumnya, yang terdiri dari perempuan berhijab hitam, laki-laki kulit putih, perempuan kulit putih, laki-laki kulit hitam, dan laki-laki berambut abu-abu, sebagaimana terlihat dalam Gambar 13. Kelima orang itu seperti merepresentasikan keberagaman etnis dan ras di Korea yang merefleksikan tema program MNC.



Gambar 13. Cuplikan Terakhir VPA 2
(sumber: My Neighbor Charles, Ep.200)

Pada VPA 3, pesan keberagaman disampaikan tidak dalam ‘bingkai unggahan media sosial dalam sebuah telepon seluler’ yang dapat menyiratkan kepura-puraan, tetapi melalui penggambaran kehidupan sehari-hari seperti di dalam kelas (Gambar 14), di pasar (Gambar 15), dalam komunitas fans Kpop (Gambar 16), dan di tempat kerja (Gambar 17). VPA 3 nampaknya juga ingin menegasi kecenderungan Korea pada supremasi kulit putih (Y. Lee & Yoon, 2020), dengan lebih banyak menampilkan orang-orang kulit berwarna. Pada cuplikan berlatar di dalam kelas dan pasar (Gambar 14 dan 15) masing-masing menampilkan tiga dan dua orang kulit hitam, yang lainnya dapat diasumsikan sebagai orang Asia dengan kulit yang lebih terang dari yang berkulit hitam. Dalam gambar tidak tampak orang kulit putih. Di antara orang-orang dalam gambar, individu berbaju merah yang duduk di depan tengah, yang merepresentasikan orang Korea, adalah yang berkulit paling putih. VPA 3 juga memperlihatkan tiga perempuan berhijab berbeda dengan tiga warna hijab yang berbeda pula. Kemunculan tiga perempuan berhijab di VPA 3 dua kali lebih banyak dibandingkan satu perempuan berhijab dalam VPA 2. Selain itu, perempuan berhijab tidak lagi diasosiasikan dengan warna hitam. Hal ini dapat diartikan sebagai meluasnya perspektif MNC tentang identitas perempuan berhijab.



Gambar 14. Keberagaman dalam VPA 3 – Kelas



Gambar 15. Keberagaman dalam VPA 3 – Pasar



Gambar 16. Keberagaman dalam VPA 3 – Kpop



Gambar 17. Keberagaman dalam VPA 3 – Pekerja Konstruksi

VPA 3 memberi kesan yang lebih eksplisit tentang keberagaman identitas imigran asing di Korea. Namun, dalam representasi keberagaman tersebut, VPA 3 menyiratkan lebih banyak struktur hirarki kelas sosial dan superioritas Korea. Misalnya dalam cuplikan berlatar ruang kelas seperti terlihat dalam Gambar 14. Superioritas Korea direpresentasikan oleh laki-laki berbaju merah, berkulit putih, berambut hitam, dan berkacamata. Sebagai representasi orang Korea, laki-laki itu diposisikan duduk di depan tengah dalam susunan kursi dua baris bersama lima orang lainnya. Dibandingkan lima orang lainnya, laki-laki berbaju merah berkulit lebih terang. Dalam masyarakat yang preferensinya pada supremasi kulit putih seperti Korea, posisi orang Korea dalam cuplikan tersebut mengindikasikan superioritas ras Korea atas ras kulit berwarna. Pemaknaan representasi tersebut relevan karena sejalan dengan studi Campbell (2015) yang mengatakan orang Korea cenderung memiliki pandangan hirarkis terhadap imigran berdasarkan asal negara mereka. Imigran dari negara maju dipandang superior dari imigran dari negara berkembang. Oleh karena dikotomi maju dan berkembang ini juga identik dengan dikotomi kulit putih dan non-putih, pandangan hirarkis tersebut akhirnya juga mencakup warna kulit. Atas dasar itu, gagasan superioritas dalam Gambar 14 menjadi sangat jelas karena tidak ada individu berkulit putih lain dalam cuplikan tersebut.

Pada cuplikan berlatar pasar (Gambar 15) juga menyiratkan struktur hirarki kelas berbasis ras dan etnis. Orang-orang dalam gambar tersebut dapat diinterpretasikan sebagai representasi imigran perempuan yang datang ke Korea karena pernikahan atau sebagai pekerja. Mereka digambarkan berkulit non-putih. Salah satu perempuan dalam gambar sedang mengangkat dan menyusun kotak yang merepresentasikan buruh kerja asing yang bekerja di pabrik. Perempuan berbaju kuning mewakili imigran pernikahan di Korea yang kebanyakan datang dari Asia. Representasi ini rentan pada interpretasi diskriminatif karena mengelompokkan orang-orang ras tertentu (kulit berwarna/non-putih) dalam kategori profesi yang spesifik dan mengabaikan fakta bahwa ada orang-orang berkulit putih dalam kategori tersebut. Representasi yang diskriminatif juga nampak dalam cuplikan berlatar area konstruksi bangunan (Gambar 17) yang memposisikan orang berjanggut pirang (representasi Barat) sebagai mandor konstruksi, orang Korea berompi hijau sebagai asisten, dan orang berkulit hitam sebagai buruh. Pengaturan posisi yang demikian itu menciptakan wacana hirarki sosial dalam masyarakat Korea yang multikultur.

Ambiguitas Multikulturalisme dalam *My Neighbor, Charles*

Dalam menganalisis wacana, Fairclough tidak hanya melihat aspek linguistik, tetapi juga memperhatikan bagaimana sebuah wacana diproduksi dan dikonsumsi, serta konteks sosial yang mempengaruhi arah perkembangan wacana tersebut. Dalam penjelasan sebelumnya, telah diidentifikasi aspek linguistik dalam tiga elemen acara realitas MNC, yaitu pembawa acara, dekorasi studio, dan video pembuka acara. Aspek linguistik mengisyaratkan beberapa simbol yang merefleksikan perspektif multikulturalisme MNC. Konsep 'sekolah imigran' yang digunakan hingga episode 147 mengisyaratkan subordinasi budaya imigran terhadap budaya dominan Korea karena imigran diperlihatkan harus 'belajar' tentang budaya Korea. Terlebih pemilihan

kata *iphaksik* (acara penyambutan siswa baru) dan *sinipsaeng* (siswa baru) untuk merujuk partisipan MNC semakin menekankan urgensi adaptasi imigran ke dalam budaya Korea. Subordinasi budaya imigran juga nampak pada pakem peran pemandu, pakar, dan senior yang diamanatkan MNC pada orang Korea dan imigran yang telah beradaptasi. Melalui peran-peran tersebut, MNC menunjukkan dominasi perspektif budaya Korea.

Simbolisasi bibimbap yang kelihatannya menjadi simbol multikulturalisme, sebenarnya juga mengisyaratkan keengganan Korea berintegrasi dengan imigran asing. Shen (2017) mengemukakan teori migrasi bibimbap yang ia letakkan konseptualisasinya di antara konsep asimilasi 'The Melting Pot' di Amerika Serikat dan kebanyakan negara-negara Eropa, dan konsep multikultural 'The Salad Bowl' di Kanada. Metafora bibimbap menggambarkan masyarakat Korea berusaha untuk mencampur berbagai kelompok etnis yang ada di Korea, meskipun migran asing tidak sepenuhnya terintegrasi. Seperti dalam bibimbap, nasi (melambangkan mayoritas populasi Korea) dicampur dengan berbagai bahan dan sayuran (migran asing sebagai minoritas) dalam satu mangkuk. Namun, meskipun semua bahan tersebut dicampur sedemikian rupa, mereka tetap tidak sepenuhnya menyatu." (Shen, 2017, p. 778).

Konstruksi wacana multikulturalisme MNC menunjukkan interpretasi kompleks yang tidak hanya tentang keberagaman etnis, tetapi juga memasukkan isu identitas, seperti LGBT dan persepsi gender yang terlihat dari cara MNC memilih pembawa acara. Di dalam konstruksi wacana multikulturalisme itu juga MNC memperlihatkan evolusi pandangan terhadap imigran dari subjek yang harus diajari menjadi subjek yang dapat diajak berdiskusi. Evolusi pandangan tersebut juga mencakup interpretasi wacana multikulturalisme yang lebih konkret, yang terlihat dari cara menampilkan imigran dalam tiga video pembuka. Walau begitu, wacana multikulturalisme MNC masih dalam batas dominasi budaya Korea. Dominasi yang ditunjukkan melalui narasi bahwa praktik budaya Korea adalah solusi bagi imigran memunculkan interpretasi bahwa budaya imigran tidak penting dalam proses integrasi imigran.

Dominasi budaya Korea dalam wacana multikulturalisme MNC menunjukkan pemaknaan ambigu Korea tentang konsep multikultural itu sendiri. Hal ini disebabkan MNC fokus pada memperlihatkan keragaman budaya, tetapi lupa membangun narasi inklusivitas budaya dalam struktur elemen acara. Oleh karenanya, dapat dipahami bahwa Korea masih berpijak pada narasi dominan tentang homogenitas bangsa Korea dan superioritas budaya Korea. Narasi ini belum pernah digantikan, sebaliknya secara konsisten direproduksi untuk menguatkan identitas nasional Korea.

Simpulan

Studi ini menganalisis tiga elemen instrinsik acara realitas Korea, *My Neighbor Charles*, sebuah acara realitas Korea yang menghadirkan imigran asing sebagai partisipan. yaitu pembawa acara, dekorasi studio, dan video pembuka acara. Sebagai acara realitas bertema multikultural, narasi multikultural Korea teridentifikasi dalam ketiga elemen tersebut. Akan tetapi, analisis menunjukkan bahwa pewacanaan multikultural Korea rentan menciptakan kelompok marjinal yang terliankan. Hal itu karena konstruksi wacana multikultural Korea masih terbatas pada memperlihatkan keragaman etnis di Korea namun tidak memberi ruang bagi ekspresi budaya imigran. Acara realitas MNC justru menjadi wadah mengafirmasi dominasi budaya Korea. Pembawa acara Hong Seokcheon dan Sayuri yang turut memandu acara sejak episode 29 hingga sekarang tidak dipungkiri merepresentasikan multikulturalisme di Korea. Akan tetapi, komunikasi dan interaksi antara mereka dengan partisipan justru merefleksikan internalisasi budaya Korea yang nampak pada komentar dan pernyataan yang dibuat. Dorongan agar orang asing berasimilasi ke dalam budaya Korea masih nampak karena MNC

mempertahankan format masalah-solusi yang didasarkan pada budaya Korea. Video pembuka juga berusaha memperlihatkan masyarakat Korea yang multikultural. Akan tetapi MNC menggambarkannya secara hirarkis antara Korea dan non-Korea. Hal itu dilakukan dengan memposisikan kelompok imigran kulit putih pada representasi yang positif, sedangkan imigran non-kulit putih pada representasi yang diskriminatif. Berdasarkan analisis, dapat disimpulkan bahwa wacana multikulturalisme dalam acara realitas MNC merupakan proses ideologis antara menerima realitas keragaman sosial dalam masyarakat Korea, sambil tetap mempertahankan dominasi budaya Korea.

Studi ini diharapkan memberi kontribusi pada kajian representasi ras dan etnis dalam produk media populer dan kajian multikulturalisme di Asia Timur. Studi ini tidak mengeneralisasi semua acara televisi Korea bertemakan multikultural mengonstruksi wacana multikultural yang sama dengan MNC. Oleh karena itu, sangat penting melakukan studi lanjutan terkait multikulturalisme di Korea dari beragam perspektif media dan kelompok masyarakat.

Referensi

- Allkpop. (2016, August 9). *Clazziquai to return with a full album in September!* <https://www.allkpop.com/article/2016/08/Clazziquai-to-return-with-a-full-album-in-september>. Diakses 24 September 2024.
- Campbell, E. (2015). The end of ethnic nationalism? Changing conceptions of national identity and belonging among young South Koreans. *Nations and Nationalism*, 21(3), 483–502.
- Chung, H.-K., Yang, H. J., Shin, D., & Chung, K. R. (2016). Aesthetics of Korean foods: The symbol of Korean culture. *Journal of Ethnic Foods*, 3(3), 178–188.
- Chung, K. R. (2015). The history of bibimbap. *The Journal of the Korea Contents Association*, 15(11), 603–615.
- Draudt-Véjares, D. (2023). Multicultural at the meso-level: governing diversity within the family in South Korea. *Pacific Affairs*, 96(4), 701–722.
- Eriyanto. (2002). *Analisis framing: konstruksi, ideologi, dan politik media*. LKiS. <https://books.google.co.id/books?id=wGwj0CPSjIQc>
- Fairclough, N. (1989). *Language and Power*. Addison Wesley Longman.
- Feyissa, I. F., Noh, Y., & Yoon, M. S. (2022). Post-migration life adversity and mental health of refugees and asylum seekers: The mediating role of resilience between perceived discrimination, socio-economic strains, structural strains, and mental health. *Behavioral Sciences*, 12(7), 208.
- Gün, Ç., & Kaya, A. R. (2006). An Analysis on the Daytime Woman Talk Shows in Turkey. In *PQDT - Global*. <https://www.proquest.com/dissertations-theses/analysis-on-daytime-woman-talk-shows-turkey/docview/3132854421/se-2?accountid=17242>. Diakses 15 Mei 2023.
- Han, S. (2022). An analysis of Koreans' attitudes towards migrants by application of algorithmic approaches. *Heliyon*, 8(8).
- Heo, A. (2021). The Christian Right and Refugee Rights: The Border Politics of Anti-communism and Anti-discrimination in South Korea. *Religion and Society*, 12(1), 86–101.
- Hill, A. (2017). Reality TV engagement: Producer and audience relations for reality talent shows. *Media Industries Journal*, 4(1).



- Hong, J. (2020, February 24). *Foreign population in Korea tops 2.5 million*. https://www.koreatimes.co.kr/www/nation/2021/06/742_283632.html. Diakses 14 Januari 2024.
- Hong, Y. (2021). Hong, Y. (2021). *Intersecting Hierarchies: Media Representation of Marriage Migrants under South Korea's Empty Multiculturalism*. Master's Thesis, University of Hawai'i at Manoa.
- Hwang, J. (2023). Later, fewer, none? Recent trends in cohort fertility in South Korea. *Demography*, 60(2), 563–582.
- Jeon, S.-C. (2018). Foreign workers in the Korean labour market: current status and policy issues. *BIS Paper*, 100m.
- Kim, B.-K., & Kim, K.-O. (2020). Relationship between viewing motivation, presence, viewing satisfaction, and attitude toward tourism destinations based on TV travel reality variety programs. *Sustainability*, 12(11), 4614.
- Kim, N. H.-J. (2015). The retreat of multiculturalism? Explaining the South Korean exception. *American Behavioral Scientist*, 59(6), 727–746.
- Kim, Y. (2020, November 17). *Sayuri Fujita gives birth to baby boy*. <https://koreajoongangdaily.joins.com/2020/11/17/Entertainment/Television/Sayuri-KBS-Donated-Sperm/20201117111300734.html>. Diakses 21 September 2024.
- Kim, Y. (2024). What Are Sporty Sisters Talking About? A Textual Analysis of an All-Female Athlete Reality Show. *Social Sciences*, 13(10), 543.
- Koreaboo. (2023, September 8). *4 Celebrities Who Exposed Discrimination Against Gay People In Korea's Entertainment Industry*. <https://www.koreaboo.com/lists/4-celebrities-exposed-discrimination-gay-people-in-koreas-entertainment-industry/?form=MG0AV3>. Diakses 21 September 2024.
- Lee Eunbyul. (2020). *Syarat-syarat 'My Neighbor, Charles': Persepsi Multikultural Orang Korea dalam Program Siaran yang Menampilkan Partisipasi Orang Asing*. Konferensi Ilmiah Korean Society for Journalism and Communication Studies, 125-133 (dalam bahasa Korea)
- Lee, N.-M. (2015). A Study about Intercultural Communication Conflicts between Korean and Foreign Residents in Korea through KBS <My Neighbor, Charles>. *Journal of Korean Society of Media and Arts*, 13(5), 135–150.
- Lee, Y., & Yoon, I. (2020). Exploring race consciousness among South Korean college students through sport. *Quest*, 72(3), 338–357.
- Lee-Niinioja, H. S. (2013). Korean intangible cultural heritage of “bibimbap” as a cultural tourism strategy in jeonju city. *Proceedings for “Tourism and the Shifting Values of Cultural Heritage: Visiting Pasts, Developing Futures*
- Masitoh, M. (2020). Pendekatan dalam Analisis Wacana Kritis. *Edukasi Lingua Sastra*, 18(1), 66–76.
- Mun, E.-G., Lee, Y.-E., & Cha, Y.-S. (2023). The globalization of bibimbap: focusing on the diversity of modernization of bibimbap. *Journal of Ethnic Foods*, 10(1), 39.
- Muzahdi, S. M. (2024). *Peran penata artistik dalam mendekor set program live talk show “home sweet home”*. Politeknik Negeri Media Kreatif.

- Namu Wiki. (2025a, April 3). *Seunghwa Kang*. <https://En.Namu.Wiki/w/강승화>. Diakses 19 April 2025.
- Namu Wiki. (2025b, April 10). *Seokjun Han*. <https://En.Namu.Wiki/w/한석준>. Diakses 19 April 2025.
- Namu Wiki. (2025c, April 14). *Wonjeong Choi*. <https://En.Namu.Wiki/w/최원정>. Diakses 19 April 2025.
- Park, E. H. (2020). Ultra-low fertility and policy response in South Korea: Lessons from the case of Japan. *Ageing International*, 45(2), 191–205.
- Park, H. (2022, February 11). *Diverse forms of family gain spotlight in Korean media*. https://www.koreatimes.co.kr/www/culture/2024/11/135_323665.html
- Park, M. Y. (2017). Resisting linguistic and ethnic marginalization: Voices of Southeast Asian marriage-migrant women in Korea. *Language and Intercultural Communication*, 17(2), 118–134.
- Park, M.-K., & Lee, H.-Y. (2017). Representation of Migrant Families in TV Reality Shows from a Familialism Viewpoint - Focusing on Male Participants in KBS <My Neighbor, Charles>. *Journal of the Korea contents association*, 17(4), 12–24.
- Raymo, J. M., & Park, H. (2020). Marriage declines in Korea: Changing composition of the domestic marriage market and growth in international marriage. *Demography*, 57(1), 171–194.
- Seo, S. H. (2019). Low fertility trend in the Republic of Korea and the problems of its family and demographic policy implementation. *Population and Economics*, 3(2), 29–35.
- Shen, S. (2017). The bibimbap migration theory? Challenges of Korea’s multicultural mix and social integration development. *Journal of International Migration and Integration*, 18, 771–789.
- Sudaryanto. (2015). *Metode dan aneka teknik analisis bahasa: pengantar penelitian wahana kebudayaan secara linguistik*. Duta Wacana University Press.
- The Korea Times. (2015, July 6). *Rising foreign residents*. https://www.koreatimes.co.kr/www/opinion/2015/07/137_182280.html. Diakses 12 Januari 2024.
- Walton, J. (2021). The limits of “multiculturalism without diversity”: Multi-ethnic students and the negotiation of “difference” in South Korean schools. In *Everyday multiculturalism in/across Asia* (pp. 29–47). Routledge.
- Weissman, J. (2020). *The Power Presenter: Techniques, Style, and Strategy to Be Suasive*. FT Press.

