



Dari Netflix Ke Negeri Gingseng: Komunikasi Budaya dan Pariwisata dalam Film *20th Century Girl*

Bella Afithreea Sari^{1*}, Putri Dara Maulina², Aurahaliza Mega Narwastu³, Andien Ayu Valentina Putri⁴, Arsih Amalia Chandra Permata⁵, Wiyata⁶

¹⁻⁶ Universitas Brawijaya, Malang, Indonesia

Korespondensi Penulis: bellasari1708@student.ub.ac.id*

Abstract: *In the context of globalization, film functions as a strategic medium for cultural exchange and the reinforcement of national identity. This study investigates 20th Century Girl (2022), a South Korean film distributed by Netflix, as a vehicle for intercultural communication and film-induced tourism. Employing a descriptive qualitative method and content analysis, the paper explores how narrative nostalgia, thematic depth, and cultural representation generate emotional engagement and stimulate interest in South Korea as a travel destination. The study also highlights the pivotal role of Netflix in globalizing Korean audiovisual content and strengthening the Korean Wave (Hallyu). Findings indicate that the film not only illustrates essential Korean cultural values such as the importance of friendship, family, and school traditions but also indirectly showcases cultural tourism assets, including filming locations and local lifestyles. These insights affirm the significance of cinema as a tool of cultural diplomacy and soft power for enhancing South Korea's image on the global stage.*

Keywords: *20th Century Girl; Film tourism; Intercultural communication; Korean Wave; South Korean culture*

Abstrak. Dalam konteks globalisasi, film berfungsi sebagai medium strategis untuk pertukaran budaya dan penguatan identitas nasional. Studi ini mengkaji film *20th Century Girl* (2022), sebuah karya sinema Korea Selatan yang didistribusikan melalui Netflix, sebagai sarana komunikasi antarbudaya dan promosi pariwisata berbasis film. Dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif dan analisis isi, artikel ini mengeksplorasi bagaimana elemen nostalgia naratif, kedalaman tematik, dan representasi budaya dalam film mampu menciptakan keterikatan emosional sekaligus mendorong minat terhadap Korea Selatan sebagai destinasi wisata. Penelitian ini juga menyoroti peran penting Netflix dalam menggabungkan konten audiovisual Korea dan memperkuat arus Korean Wave (Hallyu). Temuan menunjukkan bahwa film ini tidak hanya merepresentasikan nilai-nilai budaya Korea seperti pentingnya persahabatan, keluarga, dan tradisi sekolah, tetapi juga secara tidak langsung menampilkan potensi wisata budaya melalui lokasi syuting dan gaya hidup masyarakat lokal. Hasil ini menegaskan peran strategis sinema sebagai alat diplomasi budaya dan kekuatan lunak (soft power) dalam membangun citra positif Korea Selatan di panggung global.

Kata kunci: *20th Century Girl; Budaya Korea Selatan; Komunikasi antarbudaya; Korean Wave; Pariwisata berbasis film*

1. PENDAHULUAN

Globalisasi budaya memungkinkan pertukaran nilai, ide, dan produk budaya melintasi batas negara secara masif. Perkembangan teknologi informasi dan media massa mempercepat arus budaya antarbangsa. Dalam konteks ini, media termasuk film berperan penting sebagai alat komunikasi antarbudaya. Studi komunikasi menunjukkan bahwa media massa (televisi, film, konten digital) memperkenalkan budaya asing kepada audiens global dan membantu publik memahami norma-nilai budaya lain. Film sebagai media audio visual yang populer memiliki potensi besar menyebarkan citra suatu negara dengan menampilkan cerita, gaya hidup, dan lanskap suatu bangsa. Film dapat membangun pemahaman lintas budaya dan mendorong dialog antarnegara.

Fenomena *Korean Wave* (Hallyu) menjadi contoh nyata globalisasi budaya yang dimediasi oleh film dan media hiburan. Gelombang Korea Selatan (musik, drama, film) di pasar internasional. Melalui drama-drama televisi sejak akhir 1990-an, J-Pop dan K-Pop di Asia, hingga kesuksesan *Gangnam Style* (2012) yang go internasional, budaya Korea meraih perhatian global. Penelitian di Indonesia bahkan mencatat televisi, VCD/DVD, dan terutama internet sebagai pendorong utama penyebaran budaya Korea ke luar negeri. Media televisi dan elektronik tersebut membawa nilai-nilai budaya Korea menjadi konsumsi global dan menjadi penunjang utama kesuksesan Hallyu. Sebagai dampak, grup musik seperti BTS dan Blackpink, serta film dan serial seperti *Parasite* (2019) dan *Squid Game* (2021), mendapatkan pengakuan dunia. *Parasite* menjadi film Korea pertama peraih Palme d'Or Cannes dan empat Piala Oscar (termasuk Film Terbaik), sedangkan *Squid Game* tercatat sebagai tayangan Netflix terpopuler sepanjang masa (1,65 miliar jam streaming dalam 4 minggu pertama, dan nomor satu di 90 negara). Kesuksesan ini meningkatkan citra Korea secara global dan mendorong minat budaya Korea - contohnya minat terhadap kuliner, mode, serta pariwisata Korea meningkatkan seiring Hallyu.

Peran pemerintah Korea Selatan dalam memanfaatkan gelombang budaya ini juga signifikan. Korea menggalakkan *cultural diplomacy* dengan menjadikan konten budaya sebagai pilar penting diplomasi publik negara. Investasi besar dilakukan dalam industri budaya misalnya, Netflix mengalokasikan lebih dari US\$463 juta untuk konten Korea pada 2021 dan berjanji menanamkan US\$2,5 miliar hingga 2027. Hal ini menunjukkan betapa konten film atau drama Korea telah menjadi komoditas global yang diminati, sekaligus alat pemersatu pengaruh (soft power) nasional.

Dalam kerangka tersebut, Indonesia pun merasakan dampak Hallyu. Banyak remaja Indonesia mengonsumsi drama dan film Korea, yang membuka wawasan budaya dan gaya hidup Korea Selatan. Penelitian di bidang media komunikasi menganggap fenomena ini sebagai bagian dari arus globalisasi budaya Korea tersebar luas berkat media massa. Sebagai media komunikasi internasional, sinema mendorong pemahaman budaya baru sekaligus memicu ketertarikan kepada destinasi terkait cerita film.

Salah satunya aspek baru yang muncul adalah pariwisata berbasis film (film tourism). Studi internasional mengungkap bahwa film populer sering menjadi magnet wisatawan ke lokasi syuting atau latar cerita. Konsep film tourism khususnya yang bernuansa nostalgia mengacu pada fenomena wisata ke tempat syuting yang mewakili era atau adegan tertentu dalam film demi mengenang kembali pengalaman menonton (King dan Kim 2019). King & Kim (2019) menentukan bahwa nostalgia film tourism memberikan kepuasan psikologis bagi

wisatawan: mereka mampu merasapi kembali kenangan film favorit dengan ‘menghidupkan’ adegan di lokasi aslinya. Jumlah wisatawan yang termotivasi oleh film meningkat pesat ; data di Eropa menunjukkan sekitar 10% wisatawan merencanakan kunjungan ke lokasi syuting film atau TV. Bahkan, praktik ini dianggap berpotensi sebagai solusi pariwisata berkelanjutan kerana tidak terikat musim dan mampu mengatasi overtourism di lokasi populer. Contoh kelas dunia adalah wisata pertama Lord of the Rings di Selandia Baru atau Harry Potter di Inggris. Di Korea sendiri, lembaga pariwisata (VisitKorea) secara aktif menggabungkan lokasi syuting 20th Century Girl di kota Gyeongju (seperti Makam Kuno Daereungwon dan Observatorium Cheomseongdae) sebagai daya tarik wisata film tersendiri.

Film *20th Century Girl* muncul dalam konteks era baru Hullyu dan platform distribusi digital. *20th Century Girl* adalah film drama romansa remaja (coming-of-age) Korea Selatan, ditulis dan disutradarai oleh Netflix pada 21 Oktober 2022. Menggunakan latar tahun 1999 di Gyeongju, film ini mengisahkan kenangan cinta pertama seorang wanita melalui rekaman kaset video (video tape) yang ia terima pada musim dingin 2019. Tema film ini adalah persahabatan dan cinta remaja dengan nuansa melodrama yang sangat universal sebuah formula yang dianggap mampu dinikmati berbagai kalangan penonton di seluruh dunia. Melalui pendekatan naratif tersebut, *20th Century Girl* menyatakan elemen budaya Korea (setting tradisional Gyeongju, kehidupan sekolah tahun 1990-an) dengan sentuhan nostalgia (pita kaset, kisah cinta remaja 90-an), sehingga bukan hanya menggugah perasaan audiens lokal tetapi juga menarik penonton global (Ahn 2022). Di Indonesia, misalnya, banyak penonton muda yang akrab dengan gaya hidup era 90-an lewat media dan mengenali nuansa lokalitas Korea di film ini.

Distribusi global film ini melalui Netflix memacu penyebaran budayanya.

Statistik Netflix menunjukkan *20th Century Girl* langsung mendapatkan sambutan positif internasional: dalam tiga hari pertama usai tayang, film ini menempati peringkat kedua kategori film non-Inggris terpopuler di Netflix global dengan total delapan juta jam tontonan. Keberhasilan awal ini mencerminkan seberapa kuat film tersebut menggaet penonton lintas batas bahasa. Di sisi lain, promosi resmi (premiere di Festival Film Busan 2022) dan ketersediaan di platform global membantu memperluas jangkauan *20th Century Girl* ke berbagai negara.

Lebih jauh, aspek lokasi syuting Gyeongju dan elemen nostalgia dalam cerita dapat memicu minat pariwisata. Gyeongju dikenal sebagai kota bersejarah dengan keindahan khas Korea kuno, yang semakin menjadi daya tarik setelah diperkenalkan lewat film. Visit Korea secara khusus mempromosikan situs-situs Gyeongju yang tampil dalam film ini sebagai film

tourism spots, menekankan nuansa nostalgia dan keindahan alamnya. Potensi ini sejalan dengan tren global: platform seperti Netflix diyakini mampu mengarahkan jutaan penonton untuk mengunjungi lokasi-lokasi film (misalnya Madison mencontohkan platform streaming dapat menarik minat wisatawan ke berbagai tempat syuting). Dengan demikian, *20th Century Girl* menjadi objek menarik untuk diteliti, karena menggabungkan komunikasi budaya (melalui cerita film yang universal dan media distribusi global) dengan potensi promosi pariwisata berbasis film.

Berangkat dari hal-hal tersebut, studi ini akan menelusuri peran *20th Century Girl* sebagai media komunikasi budaya Korea di era globalisasi dan implikasinya terhadap pariwisata. Dengan latar belakang globalisasi budaya, fenomena Hallyu, serta tren wisata berbasis film dan nostalgia, penelitian ini melihat film tersebut sebagai kasus yang mewakili pertemuan antara individu hiburan dan sektor pariwisata.

2. KAJIAN TEORI

Teori Komunikasi Antarbudaya

Komunikasi antarbudaya adalah proses pertukaran pesan yang terjadi antara individu atau kelompok yang berasal dari latar belakang budaya berbeda (Samovar et al., 2012). Proses ini melibatkan pemahaman terhadap nilai-nilai budaya, simbol, serta norma komunikasi yang berbeda antarbudaya. Film sebagai media visual memiliki kekuatan dalam mengkomunikasikan nilai-nilai budaya secara implisit maupun eksplisit.

Teori Hofstede (2001) tentang dimensi budaya memberikan pemahaman mengenai variasi nilai-nilai budaya di berbagai negara, seperti individualisme-kolektivisme, maskulinitas-feminitas, dan konteks kekuasaan. Teori ini relevan dalam menganalisis bagaimana nilai budaya Korea tercermin dalam perilaku tokoh-tokoh dalam film *20th Century Girl*. Sementara itu, Hall (1976) memperkenalkan konsep high-context dan low-context communication, di mana budaya Korea dikenal sebagai high-context yang menekankan makna implisit dan simbolik dalam komunikasi.

Stuart Hall (1997) menekankan pentingnya representasi dalam media. Media massa seperti film tidak hanya mencerminkan budaya, tetapi juga membentuk persepsi tentang budaya tersebut melalui representasi yang dipilih dan disusun secara ideologis. Dalam konteks ini, film *20th Century Girl* menjadi narasi visual yang merepresentasikan budaya Korea era 1990-an secara selektif namun bermakna.

Teori Pariwisata Budaya dan Film Tourism

Pariwisata budaya merupakan salah satu bentuk pariwisata yang menekankan pengalaman wisatawan terhadap unsur-unsur budaya lokal seperti tradisi, kesenian, sejarah, dan kehidupan masyarakat (Richards, 1996). Film sebagai media hiburan ternyata memiliki pengaruh besar dalam membentuk persepsi calon wisatawan terhadap budaya dan destinasi suatu negara.

Film tourism, sebagaimana dikemukakan oleh Beeton (2005), adalah fenomena di mana film atau serial televisi menjadi motivasi wisatawan untuk mengunjungi lokasi tempat syuting film tersebut. Film tidak hanya menyajikan cerita, tetapi juga menyuguhkan visualisasi lokasi dan budaya yang bisa membangkitkan rasa keingintahuan dan keinginan untuk mengalami langsung tempat yang ditampilkan.

Dalam konteks ini, *20th Century Girl* menampilkan lanskap kota kecil Korea dengan suasana retro, yang dapat memperkuat daya tarik Korea Selatan sebagai destinasi wisata budaya. Representasi budaya dalam film juga menciptakan citra destinasi yang positif, sehingga berpotensi meningkatkan kunjungan wisatawan ke negara asal film tersebut (Kim et al., 2007).

Globalisasi Budaya dan Soft Power Melalui Netflix

Globalisasi budaya merujuk pada proses penyebaran nilai-nilai dan simbol budaya ke seluruh dunia melalui media, teknologi, dan mobilitas manusia (Tomlinson, 1999). Dalam era digital, film menjadi salah satu alat utama dalam proses ini. Netflix sebagai platform streaming global memfasilitasi penyebaran budaya lintas negara, menjadikan film sebagai sarana diplomasi budaya yang efektif.

Konsep soft power yang diperkenalkan oleh Nye (2004) menjelaskan bahwa negara dapat mempengaruhi negara lain tidak hanya dengan kekuatan militer atau ekonomi, tetapi juga melalui daya tarik budaya dan nilai-nilai yang dikomunikasikan secara halus. Korea Selatan telah berhasil memanfaatkan industri hiburan—termasuk film dan drama—sebagai instrumen soft power untuk meningkatkan pengaruh budaya mereka secara global.

Fenomena Hallyu (Korean Wave) merupakan bukti nyata dari kekuatan sinema Korea dalam menarik perhatian global. Film seperti *20th Century Girl* tidak hanya menyuguhkan cerita personal yang emosional, tetapi juga merepresentasikan identitas budaya Korea. Melalui jangkauan global Netflix, film ini menjadi alat untuk membangun citra Korea di mata dunia sekaligus mempromosikan pariwisata dan budaya lokalnya.

Teori Diplomasi Budaya

Diplomasi budaya merupakan salah satu bentuk dari diplomasi publik yang memanfaatkan unsur-unsur budaya seperti seni, musik, bahasa, film, hingga media digital sebagai sarana untuk menjalin hubungan antarbangsa serta memperkuat pemahaman lintas budaya (Bound et al., 2007). Tujuan utama dari diplomasi ini adalah menciptakan citra positif suatu negara di mata dunia dan memperluas pengaruhnya secara damai tanpa perlu mengandalkan kekuatan militer atau ekonomi.

Cummings (2003) menjelaskan bahwa diplomasi budaya tidak hanya berfungsi untuk memperkenalkan kebudayaan nasional kepada dunia, tetapi juga membangun koneksi emosional dan intelektual antar masyarakat dengan latar belakang budaya yang berbeda. Dalam praktiknya, diplomasi budaya mendorong terjadinya pertukaran nilai dan gagasan, yang dapat memperkuat hubungan dan saling pengertian antar negara.

Film menjadi medium yang sangat efektif dalam praktik diplomasi budaya, karena kemampuannya menyampaikan nilai-nilai dan identitas budaya melalui narasi visual yang dapat dinikmati lintas batas negara dan bahasa. Dalam hal ini, film *20th Century Girl* menjadi contoh nyata dari upaya diplomasi budaya Korea Selatan. Melalui kisah yang menyentuh dan latar kehidupan remaja di Korea pada tahun 1990-an, film ini menggambarkan aspek sosial dan budaya masyarakat Korea secara halus namun mendalam.

Platform global seperti Netflix berperan penting dalam mendukung penyebaran film ini ke audiens internasional. Jangkauan global tersebut menjadikan film sebagai alat strategis untuk memperkenalkan budaya Korea secara luas, membentuk citra negara yang kreatif, modern, dan kaya budaya. Film ini juga memperkuat gelombang *Hallyu* atau Korean Wave, sekaligus menjadi bagian dari strategi diplomasi budaya Korea dalam memperluas pengaruh budayanya di tingkat global (Jin, 2016).

Dengan demikian, diplomasi budaya masa kini tidak hanya mengandalkan pertukaran budaya konvensional seperti program pendidikan atau seni pertunjukan, tetapi juga memanfaatkan distribusi media populer sebagai alat diplomasi yang ampuh untuk membangun relasi dan pengaruh global.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis semiotika untuk mengeksplorasi bagaimana film *20th Century Girl* menyampaikan representasi budaya Korea serta membangun pengalaman nostalgia yang dapat mempengaruhi minat wisata berbasis film. Pemilihan metode semiotika didasarkan pada keyakinan bahwa film sebagai teks

visual menyimpan berbagai tanda dan simbol yang sarat makna, yang dapat ditafsirkan baik dalam konteks budaya lokal maupun dalam bingkai komunikasi global.

Model semiotika Roland Barthes digunakan dalam analisis ini, yang memisahkan makna tanda ke dalam dua tingkatan: makna denotatif (arti literal atau langsung) dan makna konotatif (arti simbolik atau tersirat yang terkait dengan nilai-nilai budaya dan emosi tertentu). Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggali bagaimana unsur-unsur visual, latar cerita, serta narasi dalam film mengandung pesan budaya Korea sekaligus membentuk suasana emosional yang membangkitkan nostalgia pada penonton lintas budaya.

Sumber data utama berasal dari teks film *20th Century Girl (2022)*, yang ditayangkan melalui platform streaming Netflix. Film ini dianalisis secara mendalam melalui proses penayangan berulang guna mengidentifikasi simbol visual, elemen naratif, dan struktur cerita yang berkaitan dengan representasi budaya dan waktu tertentu (era 1990-an). Data sekunder diperoleh dari dokumen promosi pariwisata (seperti situs VisitKorea), artikel media, ulasan kritikus film. Wawancara pembuatan film, serta tanggapan audiens global yang diambil dari platform daring seperti media sosial dan forum diskusi film. Literatur terkait teori komunikasi budaya, nostalgia, serta wisata berbasis media turut digunakan untuk mendukung analisis.

Tahapan analisis mencakup: pertama, mengidentifikasi elemen-elemen penting dalam film seperti properti visual khas tahun 90-an (misalnya kaset video dan pager), lokasi syuting (seperti kota Gyeongju), serta perilaku tokoh. Kedua, menganalisis makna denotatif dari elemen tersebut sebagai bagian dari narasi film. Ketiga, menggali makna konotatif yang lebih dalam, termasuk interpretasi simbolik tentang identitas budaya Korea dan memori kolektif yang ditawarkan film. Keempat, mengaitkan hasil analisis semiotik tersebut dengan potensi film sebagai media komunikasi antarbudaya sekaligus sarana promosi destinasi wisata.

Unit analisis dalam penelitian ini mencakup berbagai aspek visual dan naratif yang terdapat dalam film, khususnya yang mempresentasikan unsur budaya dan lokasi geografis. Peneliti juga memperhatikan cara audiens, terutama dari Indonesia, merespon makna-makna tersebut melalui interaksi ruang digital. Dengan metode ini, diharapkan penelitian dapat mengungkapkan secara mendalam peran *20th Century Girl* sebagai media lintas budaya yang tidak hanya menyampaikan pesan budaya Korea, tetapi juga memicu ketertarikan terhadap pariwisata melalui pengalaman sinematik yang emosional dan simbolik.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Film *20th Century Girl* secara eksplisit membumikan latar akhir dekade 1990-an melalui elemen budaya populer era tersebut. Misalnya, berbagai perangkat jadul seperti pager, telepon umum koin, dan toko penyewaan kaset video ditampilkan sebagai bagian integral setting film. Bahkan, adegan yang menampilkan video musik K-Pop lawas dan kaset video klasik turut dikonotasikan sebagai lambang era pra-digital. Pendekatan semantik Roland Barthes terlihat pada pengguna citraan ini sebagai penanda budaya Korea klasik mempertegas “kisah cinta pertama” ala film Korea yang sudah mahsyur. Dalam ulasan industri hiburan, film ini disebut “menghidupkan kisah-kisah klasik cinta pertama ala film Korea” seperti *Architecture 101* dan *Il Mare*. Narasi dan simbolisme ini mendekatkan penonton pada mitos kebudayaan Korea: persahabatan sekolah tradisi melamun di telepon umum, dan kaset lagu pop zamam dulu memperkuat nuansa otentik remaja Korea akhir abad-20. Tidak mengherankan jika film ini ramai dibicarakan di media sosial; misalnya, sebuah artikel menyebut *20th Century Girl* sempat viral di Twitter dan Instagram karena mengingatkan penonton pada drama Korea serupa dari era 1980-1990-an. Semua elemen visual dan simbolik pesan budaya Korea yang melekat pada tema cinta remaja dan persahabatan.

Dalam *20th Century Girl*, Komunikasi antara Na Bo-ra dan Kim Yeon-du terbentuk atas dasar kepercayaan dan perhatian timbal balik. Bo-ra dengan sinematografi *20th Century Girl* sengaja menggunakan palet warna cerah dengan cahaya lembut untuk menciptakan nuansa melankolik yang hangat. Banyak adegan difilmkan dengan filter kabur atau pencahayaan redup agar terasa seperti ingatan samar, memadukan visual retro dengan intensitas emosional. Hal ini sesuai dengan faktor nostalgia yang kerap disoroti penonton. Misalnya, adegan-adegan yang memperlihatkan Na Bo-Ra dan teman-temannya memotret bersama di pantai, bercengkrama di depan toko serba ada, atau berbincang menggunakan telepon umum menaikkan memori masa SMA bagi banyak penonton. Properti seperti koin telepon, kamera film antik, dan gedung-gedung lama dalam film tersebut juga disebut memperkuat aura nostalgia akhir 90-an. Pendapat kritikus penonton menguatkan efek emosional film ini, salah satu review menyoroti bahwa *20th Century Girl* menghadirkan pengalaman sinematik yang “mengharukan dan mempesona” dalam merepresentasikan tema-tema nostalgik. dan menyembunyikan perasaan cintanya sendiri demi kebahagiaan sahabatnya. Ia secara rutin melaporkan temuan tentang Baek Hyun-jin melalui surat elektronik dan telepon, menunjukkan sikap penuh perhatian dan kesetiaan (Jeong). Bo-ra menahan diri.

Setia membantu Yeon-du mengumpulkan informasi tentang cinta pertamanya, bahkan saat ia harus menun dan menyembunyikan perasaan cintanya sendiri demi kebahagiaan

sahabatnya. Ia secara rutin melaporkan temuan tentang Baek Hyun-jin melalui surat elektronik dan telepon, menunjukkan sikap penuh perhatian dan kesetiaan (Jeong). Bo-ra menahan diri untuk tidak membebani Yeon-du dengan konflik baru, mencerminkan norma harmoni relasi yang kuat di budaya Korea. Ketika Yeon-du kembali dan mengetahui kebenaran mengenai perasaannya, mereka menghadapi kesalahpahaman itu secara terbuka. Yeon-du pun mengerti konteks di balik sikap Bo-ra dan akhirnya memaafkannya. Bahkan mendorong Bo-ra untuk mengejar Poong Woon-ho. Penyelesaian konflik ini menunjukkan betapa nilai Jeong kekasih sayang dan perhatian tanpa pamrih menjwai hubungan mereka, sehingga pertengkaran dapat diatasi dan persahabatan tetap utuh. Selain dengan Yeon-du, Bo-ra juga menjalani komunikasi interpersonal yang menarik dengan tokoh lainnya seperti Baek Hyun-jin.

Komunikasi Bo-ra dengan Baek Hyun-jin relatif sederhana dan bebas konflik. Hyun-jin sempat salah paham mengira Bo-ra menyukai dan mengajaknya berkencan. Bo-ra menolak lamaran itu dengan tegas namun sopan, tanpa menimbulkan permusuhan. Sikap Bo-ra yang langsung mengklarifikasi ke Hyun-jin tanpa kebohongan atau kemarahan menggambarkan cara menjaga harmoni dalam hubungan interpersonal. Penolakan ini tidak menjadi pemicu konflik lebih lanjut karena Bo-ra melakukannya atas dasar kejelasan dan hormat terhadap perasaan semua pihak. Dengan demikian, komunikasi antar tokoh utama dalam film ini baik antara sahabat maupun dengan pihak ketiga selalu berusaha berupaya mempertahankan kejelasan, pengertian, dan keharmonisan relasi.

Film ini memvisualisasikan sifat high-context dalam budaya komunikasi Korea: banyak makna emosional disampaikan lewat isyarat dan konteks, bukan kata-kata eksplisit. Misalnya, Bo-ra kerap menangkap kegelisahan Yeon-du tanpa perlu penjelasan panjang, dan Yeon-du menunjukkan empati mendalam kepada Bo-ra dengan sedikit bicara. Hal ini sesuai dengan pola “rapport talk” yang menekankan pemahaman tersirat serta kemampuan “membaca pikiran” antar tokoh. Selain itu, konsep jeong kehangatan dan rasa ikatan emosional sangat kentara dalam persahabatan Bo-ra Yeon-du. Jeong diartikan sebagai kasih sayang, kehangatan, dan perhatian abadi, yang merupakan dasar tradisi saling menghargai dalam masyarakat Korea. Bo-ra rela berkorban demi kebahagiaan Yeon-du tanpa pamrih, dan Yeon-du tetap menjaga rasa sayang kepada Bo-ra meski dalam situasi sulit. Kesetiaan dan perhatian ini menunjukkan bagaimana nilai jeong menguatkan ikatan interpersonal mereka. Keengganan tokoh untuk menimbulkan konfrontasi juga mencerminkan pentingnya harmoni relasi (kilau keramahan) dalam budaya Korea: Bo-ra menolak pengakuan Hyun-jin secara halus, Yeon-du tidak mengekspresikan kemarahan meski patah hati, dan keduanya berupaya menyelesaikan kesalahpahaman tanpa memperluas konflik, sesuai norma sosial Koreanya. Nilai-nilai budaya ini tidak hanya

membentuk hubungan personal dalam film, tetapi juga memperkaya pengalaman penonton yang kemudian berdampak pada sektor lain seperti pariwisata.

Lokasi-lokasi sentral dalam *20th Century Girl* kini menjadikan destinasi wisata film yang sentimental. Misalnya, kompleks Makam Kuno Daeruengwon di Gyeongju, yang dipenuhi bukit makam kuno dan dihiasi satu pohon magnolia ikonis, menjadi lokasi penting adegan film saat Na Bo-ra berjalan-jalan dalam tur sekolah. Media Visit Korea menggambarkan Daeruengwon sebagai tempat Bo-ra menikmati waktu senggang, dan saat ini taman ini kerap dikunjungi para penggemar untuk merasakan nuansa nostalgia ala film tersebut. Demikian pula Observatorium Cheomseongdae di Gyeongju bangunan astronomi tua peninggalan Kerajaan Silla ditampilkan sebagai latar foto bersama karakter utama. Observatorium setinggi 9 meter ini menjadi tujuan k-drama tour populer bagi wisatawan yang ingin “menghidupkan” kembali momen field trip film. Dengan dipromosikan oleh situs pariwisata resmi maupun media hiburan, kedua lokasi ini melengkapi jalur wisata budaya dan film Gyeongju.

Dampak tidak langsung juga signifikan: keterikatan emosional penonton internasional pada kisah dalam film mendorong mereka untuk mengunjungi Korea. Banyak penggemar *20th Century Girl* yang tertarik menjelajahi lokasi syuting agar dapat “merasakan” romansa dan nostalgia film secara nyata. Bahkan artikel K-travel menganjurkan pembaca untuk “relive the school trip scene” dengan berkunjung ke Gyeongju. Penelitian perilaku wisatawan budaya juga menunjukkan keterlibatan emosional (affect) dengan konten budaya Korea dapat meningkatkan niat berwisata ke negeri asalnya. Dengan kata lain, pengalaman emosional penonton mulai dari keharuan hingga kehangatan persahabatan membangkitkan ketertarikan pada destinasi nyata di balik layar. Temuan ini sejalan dengan fenomena Hallyu secara umum, di mana fan K-pop atau K-drama cenderung merencanakan kunjungan untuk mengeksplorasi situs-situs yang mereka kagumi dalam media. Kesimpulannya, komunikasi interpersonal hanh kuat dalam *20th Century Girl* tidak hanya membentuk dinamika cerita, tetapi juga menciptakan daya tarik wisata kultural di lokasi-lokasi ikonik film tersebut.

Respon publik turut menunjukkan kedalaman keterikatan emosi yang ditimbulkan film ini. Di forum komunitas film daring, sejumlah penonton internasional mengaku tersentuh oleh kisah persahabatan Na Bo-ra dan Yeon-du serta plot twist yang tak terduga. Sebagai contoh, seorang pengguna Reddit menulis bahwa ia menonton film ini mengira akan ringan, tetapi justru “menangis begitu banyak” karena ending yang bittersweet. Komentar lain mengungkapkan perasaan “sangat sedih” setelah menyaksikan perubahan tone ceritanya. Respon serupa juga muncul di kalangan penonton Indonesia menyadari kemiripan tema dan nuansa *20th Century Girl* dengan drama Korea lain seperti *Twenty Five Twenty One*. Bahkan,

artikel di Kompasiana mencatat bahwa adegan-adegan tertentu (foto di pantai, telepon umum, kamera jadul) membuat penonton Indonesia merasa terhanyut nostalgia era 90-an. Beberapa warganet menilai bahwa ending *20th Century Girl* lebih menyayat hati dibandingkan *Twenty Five Twenty One*, sehingga banyak penonton “harus menyediakan tisu” karena kebanjiran tangisan. Singkatnya, kekayaan elemen sentimental dan visual retro dalam film ini berhasil membangun ikatan emosional yang kuat dengan penonton lintas negara.

KESIMPULAN

Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengeksplorasi potensi film sebagai sarana promosi pariwisata berbasis budaya, khususnya dalam konteks *film-induced tourism*. Dalam era globalisasi dan dominasi media digital, film tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai alat komunikasi yang kuat dalam menyampaikan nilai - nilai budaya, membentuk identitas kolektif, serta mengarahkan imajinasi penonton terhadap realitas sosial dan geografis suatu negara. Fenomena ketertarikan wisatawan terhadap lokasi syuting film menjadi indikasi kuat bahwa visualisasi budaya dalam film mampu menciptakan daya tarik sendiri yang dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan destinasi wisata

Urgensi dari penelitian ini juga didasarkan pada meningkatnya konsumsi konteks audiovisual lintas negara, yang mendorong pertukaran budaya secara masif. Dalam konteks ini, Korea Selatan menjadi salah satu negara yang berhasil memanfaatkan industri hiburan, termasuk film, sebagai alat diplomasi budaya (*Soft Power*) yang mempengaruhi secara global. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana representasi budaya Korea dalam film populer seperti *20th Century Girl* dapat mempengaruhi persepsi dan minat penonton, termasuk dalam konteks pariwisata.

Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi teoritis terhadap kajian komunikasi budaya dan semiotik, serta kontribusi praktis dalam pengembangan strategi promosi pariwisata yang inovatif dan relevan dengan perkembangan media saat ini. Hasil kajian ini juga diharapkan menjadi rujukan bagi akademisi, pelaku industri kreatif, serta pengelola destinasi wisata dalam merancang kolaborasi antara media dan pariwisata yang saling menguatkan.

DAFTAR REFERENSI

- Air University. (2022). The growth of South Korean soft power and its geopolitical implications. *Journal of Indo-Pacific Affairs*. <https://www.airuniversity.af.edu/JIPA/Display/Article/3212634/the-growth-of-south-korean-soft-power-and-its-geopolitical-implications/>
- Beeton, S. (2005). *Film-induced tourism*. Channel View Publications.
- DetikTravel. (2024, May 14). Pariwisata berbasis film disebut bisa tangani overtourism di Spanyol. <https://travel.detik.com/travel-news/d-7858171/pariwisata-berbasis-film-disebut-bisa-tangani-overtourism-di-spanyol>
- Hall, E. T. (1976). *Beyond culture*. Anchor Books.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. Sage.
- Hofstede, G. (2001). *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations* (2nd ed.). Sage Publications.
- Jin, D. Y. (2022). Netflix's globalization strategy and the rise of Korean media content: Lessons from "Squid Game". *International Journal of Communication*, 16, 3519–3538. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/download/20718/4392>
- Kalesaran, Y. N. (2017). Fenomena Hallyu di Indonesia dan dampaknya terhadap budaya lokal. *Holistik: Jurnal Studi Sosial dan Budaya*, 10(19), 13–22. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/holistik/article/download/14226/13800>
- Kim, H., Agrusa, J., Chon, K., & Cho, Y. (2007). The effects of Korean pop culture on Hong Kong residents' perceptions of Korea as a potential tourist destination. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 22(2), 27–44. https://doi.org/10.1300/J073v22n02_03
- Nye, J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. Public Affairs.
- Ramadhan, M. R., & Ilyas, M. A. (2022). Peran media dalam meningkatkan pemahaman komunikasi antarbudaya melalui tayangan drama Korea. *Diksima: Jurnal Ilmiah Dakwah dan Komunikasi*, 2(2), 107–119. <https://diksima.pubmedia.id/index.php/diksima/article/download/104/141/256>
- Richards, G. (1996). *Cultural tourism in Europe*. CABI.
- Samovar, L. A., Porter, R. E., McDaniel, E. R., & Roy, C. S. (2012). *Communication between cultures* (8th ed.). Wadsworth Cengage Learning.
- Tomlinson, J. (1999). *Globalization and culture*. University of Chicago Press.