

PERSEPSI PENGGUNA TIKTOK TENTANG KARAKTER PSIKOPAT DALAM DRAMA KOREA “MOUSE”

Fara Aditya Pamungkas Pratusa, Saudah, Feriz Rizki Aditya

Universitas Merdeka Malang

saudah@unmer.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis persepsi khalayak TikTok terhadap karakter Jung Ba Reum sebagai psikopat dalam drama Korea Mouse. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivis, data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi interaksi digital, dan dokumentasi konten TikTok. Analisis dilakukan menggunakan model Spradley untuk mengidentifikasi domain, taksonomi, dan tema kultural. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi khalayak bersifat beragam, dipengaruhi oleh pengalaman individu, konstruksi naratif drama, serta dinamika algoritmik TikTok. Meskipun sebagian informan memahami kompleksitas karakter, seluruhnya tetap menolak legitimasi tindakan kekerasan. Temuan ini menegaskan bahwa media sosial berperan penting dalam membentuk dan menegosiasikan makna representasi psikopatologi dalam budaya populer.

Kata kunci: Persepsi Khalayak; TikTok; Psikopat; Representasi Media; Drama Korea.

Abstract

This study aims to analyze TikTok audience perceptions of Jung Ba Reum's psychopath character in the Korean drama "Mouse." Using a descriptive qualitative approach with a constructivist paradigm, data were obtained through in-depth interviews, observations of digital interactions, and documentation of TikTok content. Analysis was conducted using Spradley's model to identify cultural domains, taxonomies, and themes. The results indicate that audience perceptions are diverse, influenced by individual experiences, the drama's narrative construction, and TikTok's algorithmic dynamics. Although some informants understood the character's complexity, all still rejected the legitimacy of violent acts. These findings confirm that social media plays a significant role in shaping and negotiating the meaning of psychopathology representations in popular culture.

Keywords: Audience Perception; TikTok; Psychopaths; Media Representation; Korean Drama.

Received : 07 September 2026

Revision : 21 September 2026

Acceptance : 22 September 2026

Published online : 29 Agustus 2026

PENDAHULUAN

Perkembangan media digital telah mengubah cara masyarakat memahami dan memaknai fenomena sosial, termasuk isu-isu kriminalitas dan psikopatologi. Kasus pembunuhan dengan kekerasan ekstrem, seperti mutilasi yang terjadi di Indonesia, kerap memicu diskursus publik yang luas di media massa maupun media sosial. Pemberitaan mengenai kasus pembunuhan “koper merah” di Ngawi serta kasus mutilasi di Surabaya, misalnya, memperlihatkan bagaimana kekerasan ekstrem tidak hanya menjadi peristiwa hukum, tetapi juga menjadi konsumsi wacana publik yang dikaitkan dengan istilah psikopat. Fenomena ini menunjukkan bahwa masyarakat memiliki kecenderungan untuk mengasosiasikan tindakan kejam dengan gangguan kepribadian tertentu, khususnya Antisocial Personality Disorder (ASPD) yang ditandai dengan rendahnya empati, manipulatif, serta ketidakmampuan merasakan penyesalan (Purnama Sari & Santoso, 2021; Widhigdo, 2023).

Secara teoretis, psikopati sering dipahami sebagai gangguan kepribadian yang memperlihatkan pola perilaku antisosial, manipulatif, dan minim empati (Widhigdo, 2023). Namun, konstruksi pemahaman masyarakat terhadap psikopat tidak hanya dibentuk oleh literatur klinis, melainkan juga oleh representasi media. Stuart Hall (1997) menegaskan bahwa media tidak sekadar merefleksikan realitas, tetapi juga membangun realitas melalui proses representasi. Artinya, cara psikopat ditampilkan dalam film atau drama berpotensi membentuk persepsi sosial mengenai siapa dan bagaimana seorang psikopat dipahami.

Dalam konteks budaya populer global, drama Korea menjadi salah satu medium yang kuat dalam mendistribusikan representasi tersebut. Drama *Mouse* (2021) menghadirkan karakter Jung Ba Reum sebagai sosok polisi muda yang awalnya digambarkan empatik dan polos, namun kemudian terungkap sebagai psikopat yang terlibat dalam pembunuhan berantai.

Narasi ini tidak hanya menyajikan thriller kriminal, tetapi juga mengangkat isu kontroversial tentang genetika, moralitas, dan identitas psikopat. Representasi karakter yang ambigu tersebut memperlihatkan bahwa psikopat tidak selalu digambarkan sebagai sosok yang “jelas-jelas jahat”, melainkan dapat tampil sebagai individu yang tampak normal dan bahkan simpatik. Secara empiris, popularitas *Mouse* meluas hingga ke media sosial, khususnya TikTok, yang menjadi ruang diskursif bagi generasi muda untuk membahas dan menafsirkan karakter Jung Ba Reum. Tagar seperti #MouseKdrama dan #JungBaReum menunjukkan tingginya intensitas percakapan digital terkait karakter tersebut. Fenomena ini sejalan dengan pandangan Jenkins (2006) tentang convergence culture, di mana audiens tidak lagi sekadar konsumen pasif, tetapi menjadi partisipan aktif yang memproduksi dan mendistribusikan makna. Media sosial sebagai new media bersifat interaktif, partisipatif, dan memungkinkan pengguna menjadi prosumer (Arifin & Rojak, 2022; Jenkins, 2006). Dengan demikian, TikTok tidak hanya menjadi medium hiburan, tetapi juga ruang produksi makna kolektif mengenai moralitas dan psikopatologi.

Dalam perspektif komunikasi massa, Dominick (2011) menjelaskan bahwa pesan media didistribusikan kepada khalayak luas dan heterogen, yang masing-masing memiliki latar belakang sosial dan pengalaman berbeda. Hal ini menyebabkan pesan yang sama dapat dimaknai secara beragam. Teori persepsi Stephen P. Robbins (2013) menegaskan bahwa persepsi merupakan proses di mana individu mengorganisasi dan menafsirkan stimulus berdasarkan pengalaman, nilai, dan situasi yang melingkupinya. Dengan kata lain, karakter Jung Ba Reum sebagai objek persepsi tidak dimaknai secara

tunggal; interpretasi khalayak dipengaruhi oleh faktor personal (pengalaman menonton, pengetahuan psikologi), karakteristik objek (alur cerita, adegan kekerasan, dialog), serta konteks situasional (diskusi di TikTok).

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa representasi psikopat dalam media sering kali menimbulkan ambiguitas makna. Wardhana (2023) menemukan bahwa karakter Jung Ba Reum direpresentasikan melalui transformasi moral yang kompleks. Sementara itu, Arviani, Dawam, dan Kurnia (2021) dalam kajian film *Joker* menunjukkan bahwa audiens dapat menerima atau menolak representasi gangguan mental tergantung pada posisi decoding mereka. Parry dan Phan (2025) juga menegaskan bahwa narasi media tentang psikopati kerap memperkuat misrepresentasi publik terhadap konsep klinis psikopat. Namun demikian, sebagian besar penelitian tersebut berfokus pada analisis teks atau representasi, belum secara spesifik mengkaji bagaimana khalayak media sosial memaknai karakter psikopat dalam ruang diskursus digital seperti TikTok.

Berdasarkan uraian tersebut, terdapat celah penelitian pada aspek persepsi khalayak digital terhadap karakter psikopat dalam drama populer. Dalam konteks ini, TikTok menjadi arena penting untuk melihat bagaimana audiens membentuk, menegosiasikan, bahkan memproduksi ulang makna tentang psikopat melalui komentar, video reaksi, dan diskusi daring. Fenomena ini relevan dikaji karena menunjukkan interseksi antara representasi media, partisipasi digital, dan konstruksi persepsi sosial mengenai kejahatan dan moralitas. Dengan demikian, penelitian ini berangkat dari pertanyaan tentang bagaimana persepsi khalayak di TikTok dalam memaknai karakter Jung Ba Reum sebagai psikopat dalam drama *Mouse*. Kajian ini penting secara teoretis untuk memperkaya studi komunikasi massa dan teori persepsi dalam konteks media sosial, serta secara praktis untuk memahami bagaimana representasi psikopat dalam budaya populer berpotensi memengaruhi cara masyarakat memahami isu psikopatologi dan kekerasan dalam kehidupan nyata.

KAJIAN TEORI

TikTok dalam lima tahun terakhir dipahami bukan sekadar platform hiburan, tetapi ruang diskursif yang memfasilitasi produksi dan sirkulasi makna secara cepat melalui video pendek, tagar, duet/stitch, dan kolom komentar. Dalam kerangka studi media digital, mekanisme “keterlihatan” konten TikTok tidak netral karena dibentuk oleh relasi antara fitur platform dan logika kurasi algoritmik yang mengarahkan perhatian publik pada topik tertentu secara berulang, sehingga memengaruhi apa yang dianggap penting, menarik, atau “wajar” untuk dipercekapkan (Schellewald, 2023). Literatur pemetaan riset TikTok juga menunjukkan bahwa studi-studi mutakhir banyak bergeser ke isu dampak sosial-budaya dan aspek human-centered seperti keterikatan sosial (social attachment) dan implikasi kesehatan publik, yang relevan untuk membaca bagaimana percakapan tentang karakter “psikopat” dapat menjadi wacana populer di ruang media sosial (Rejeb et al., 2024). Pada saat yang sama, diskusi tentang “publik algoritmik” menegaskan bahwa algoritma dapat membentuk pola keterpaparan, mengelompokkan perhatian, dan memperkuat dinamika amplifikasi percakapan tertentu termasuk tema kriminalitas/psikologi dalam konten populer (Gerbaudo, 2024).

Untuk menjelaskan mengapa audiens terlibat intens pada konten tertentu, banyak riset mutakhir menggunakan lensa *technology affordances* yang menekankan bahwa desain platform menyediakan peluang tindakan tertentu (misalnya, rekomendasi, pemutaran otomatis, kemudahan interaksi) yang

mendorong keterlibatan berulang. Temuan penting menyebut bahwa akurasi rekomendasi dan “serendipity” (kejutan konten yang tetap relevan) berkontribusi pada flow experience, kondisi ketika pengguna tenggelam dalam konsumsi konten sehingga durasi penggunaan meningkat (Zhao & Wagner, 2023). Di sisi psikologi penggunaan media sosial, pola keterlibatan juga terkait motivasi hedonik, kebutuhan hiburan, dan pencarian pengalaman emosional tertentu; misalnya pada TikTok, humor dan pengalaman hedonik follower terbukti memediasi efektivitas pesan dan intensi mengikuti akun (Barta et al., 2023). Karena itu, keterlibatan audiens pada diskusi “karakter psikopat” dapat dipahami bukan hanya sebagai ketertarikan tema, tetapi juga sebagai hasil interaksi antara motivasi pengguna dan affordance platform yang memfasilitasi konsumsi, respons, dan penyebaran konten secara cepat (Zhao & Wagner, 2023; Schellewald, 2023).

Persepsi khalayak dalam ruang digital semakin dipengaruhi oleh personalisasi, karena apa yang dilihat pengguna bukan “ruang publik yang sama” melainkan feed yang disesuaikan dengan jejak interaksi. Studi pada TikTok menunjukkan bahwa personalisasi algoritmik berkaitan dengan pengalaman keterhubungan sosial (social connectedness), terutama ketika pengguna merasa algoritma responsif dan menyajikan konten yang selaras dengan identitas serta preferensi mereka (Taylor & Chen, 2024). Konsekuensinya, pembentukan persepsi tentang sebuah karakter (misalnya “psikopat” dalam drama) dapat menguat melalui paparan berulang pada potongan adegan, ulasan, dan komentar yang cenderung serupa di For You Page, sehingga interpretasi audiens bergerak dalam koridor makna yang diperkuat algoritma (Taylor & Chen, 2024; Gerbaudo, 2024). Di level praktik, hal ini selaras dengan argumen bahwa “metrik audiens” dan budaya platform dapat membentuk agensi pengguna sekaligus membatasi horizon penafsiran melalui logika keterlihatan dan kompetisi atensi (Diep & Tran, 2025). Dengan demikian, kajian persepsi khalayak di TikTok perlu memosisikan algoritma sebagai variabel kontekstual yang memediasi keterpaparan, intensitas interaksi, dan konsolidasi opini.

Diskusi tentang karakter dalam drama Korea tidak dapat dilepaskan dari ekosistem Hallyu dan fandom global yang menghidupkan kembali narasi drama melalui potongan adegan, fan-edit, ulasan, hingga perdebatan karakter di media sosial. Riset terbaru menunjukkan bahwa fandom K-pop (misalnya BTS) berkontribusi pada popularitas K-drama secara global di platform OTT, yang menandakan adanya konektivitas lintas-produk budaya Korea dan jaringan penggemar yang saling mendorong konsumsi (Jang, Kim, & Baek, 2024). Dalam konteks TikTok, kultur fandom ini menemukan medium yang sangat cocok karena format video pendek mendukung reframing adegan misalnya menonjolkan ekspresi, twist plot, atau gestur karakter yang kemudian menjadi bahan diskusi, interpretasi moral, dan klasifikasi psikologis secara populer. Ketika drama seperti *Mouse* beredar melalui klip dan interpretasi pengguna, makna cerita tidak lagi “milik teks drama” semata, tetapi ikut diproduksi ulang oleh komunitas digital melalui praktik berbagi dan mengomentari (Rejeb et al., 2024; Schellewald, 2023). Di titik ini, kajian literatur menegaskan pentingnya membaca fandom sebagai jaringan produksi makna yang memengaruhi cara audiens menilai karakter, termasuk memberi label psikologis tertentu.

Pembacaan “psikopat” sebagai label populer beririsan dengan isu representasi kesehatan mental di media, terutama karena media kerap menghubungkan gangguan mental dengan kekerasan dan ancaman, sehingga membangun imaji yang bisa memperkuat stigma. Tinjauan literatur mutakhir menegaskan bahwa media memainkan peran kunci dalam membentuk pengetahuan publik tentang kesehatan mental: liputan yang positif dapat meningkatkan kesadaran dan menurunkan stigma, sedangkan representasi negatif dapat memperdalam prasangka dan menghambat perilaku mencari bantuan (Zhang &

Firdaus, 2024). Studi tersebut juga menyoroti bahwa tema kekerasan dan ancaman merupakan pola yang berulang dalam pemberitaan/representasi kesehatan mental, dan pada media sosial muncul tantangan tambahan berupa autentisitas informasi serta efek komentar negatif (Zhang & Firdaus, 2024). Implikasi teoritisnya, ketika TikTok menjadi ruang diskusi karakter “psikopat” berbasis potongan adegan, persepsi audiens berpotensi mengadopsi skema representasi yang menautkan “psikopat” dengan kekerasan, manipulasi, dan bahaya bahkan ketika terminologi klinisnya tidak selalu sepadan dengan label populer (Zhang & Firdaus, 2024; Gerbaudo, 2024).

Dalam literatur klinis kontemporer, psikopati dan antisocial personality disorder (ASPD) memiliki kerangka konseptual yang kompleks, tidak dapat direduksi menjadi stereotip “pembunuh tanpa empati”; karena itu studi ulasan menekankan pentingnya memahami karakteristik diagnostik, komorbiditas, serta variasi manifestasi perilaku dalam konteks yang lebih luas (Black et al., 2024). Ulasan lain juga menyoroti perkembangan riset psikopati dan kebutuhan pendekatan kualitatif agar pemahaman tidak semata didominasi ukuran kuantitatif yang berisiko menyederhanakan fenomena (Almas & Lordos, 2025). Dari sisi relasi media dan publik, riset empiris terbaru menunjukkan bahwa paparan narasi media tentang “psikopat” tidak otomatis meningkatkan akurasi pemahaman publik atas ciri-ciri psikopati yang valid secara klinis; sebaliknya, ada indikasi mispersepsi dan ketidakselarasan antara gambaran populer dan kriteria ilmiah (Parry & Phan, 2025). Bahkan dalam riset perilaku di media sosial, para peneliti mengingatkan bahwa konstruk psikopati bersifat multidimensional sehingga penggunaan ukuran yang terlalu sederhana dapat menghasilkan kesimpulan yang kurang komprehensif tentang relasi psikopati dan perilaku online (Chinchilla et al., 2026). Dengan pijakan ini, studi tentang persepsi khalayak TikTok terhadap karakter psikopat dalam *Mouse* dapat diletakkan pada problem teoretis utama: bagaimana label psikologis populer diproduksi dan dinegosiasikan dalam kultur platform, serta sejauh mana negosiasi itu mendekat atau justru menjauh dari rujukan ilmiah (Black et al., 2024; Parry & Phan, 2025; Chinchilla et al., 2026).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivis untuk memahami bagaimana khalayak TikTok mengonstruksi makna terhadap karakter Jung Ba Reum sebagai psikopat dalam drama *Mouse*. Paradigma konstruktivis berpijak pada asumsi bahwa realitas sosial bersifat jamak dan dibangun melalui proses interaksi serta interpretasi subjektif individu (Lincoln & Guba, 2013). Dengan demikian, fokus penelitian ini bukan pada pengukuran kuantitatif, melainkan pada eksplorasi makna dan pengalaman khalayak dalam memaknai representasi media. Informan ditentukan melalui teknik purposive sampling, yaitu pemilihan partisipan berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian (Creswell & Poth, 2018). Kriteria informan meliputi: (1) aktif menggunakan TikTok dan terlibat dalam diskusi terkait drama *Mouse*, (2) telah menonton sebagian besar atau seluruh episode drama, dan (3) berada pada rentang usia dewasa muda (18–26 tahun) sebagai kelompok dominan pengguna TikTok. Jumlah informan ditentukan berdasarkan prinsip data saturation, yakni ketika wawancara tidak lagi menghasilkan informasi baru yang signifikan (Guest, Namey, & Mitchell, 2020). Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam semi-terstruktur dan observasi partisipatif terhadap konten, komentar, serta interaksi pengguna TikTok. Data sekunder dikumpulkan melalui studi literatur

dari jurnal komunikasi dan psikologi yang relevan dengan konsep persepsi, representasi media, dan psikopati.

Teknik analisis data menggunakan model analisis etnografi Spradley yang mencakup empat tahapan, yaitu analisis domain, taksonomi, komponensial, dan tema kultural untuk menemukan struktur serta pola makna yang terbentuk dalam budaya digital (Spradley, 1980). Proses analisis dilakukan secara simultan sejak tahap pengumpulan data melalui reduksi, kategorisasi, dan interpretasi kontekstual sebagaimana dianjurkan dalam analisis kualitatif interaktif (Miles, Huberman, & Saldaña, 2014). Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menerapkan triangulasi sumber dan triangulasi metode dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi digital (Denzin, 2017). Selain itu, dilakukan member checking terbatas guna memastikan bahwa interpretasi peneliti sesuai dengan makna yang dimaksud oleh informan (Lincoln & Guba, 2013). Dengan rancangan metodologis tersebut, penelitian ini berupaya menghasilkan pemahaman yang mendalam dan kontekstual mengenai proses pembentukan persepsi khalayak terhadap karakter psikopat dalam ruang diskursif media sosial TikTok.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi khalayak terhadap karakter Jung Ba Reum dalam drama *Mouse* tidak bersifat tunggal, melainkan terbentuk melalui proses interpretasi yang dinamis dan kontekstual. Temuan ini menegaskan bahwa khalayak TikTok berperan sebagai subjek aktif yang mengonstruksi makna, bukan sekadar penerima pasif pesan media. Dalam perspektif teori persepsi, Robbins dan Judge (2013) menjelaskan bahwa persepsi dipengaruhi oleh tiga faktor utama: karakteristik individu (perceiver), karakteristik objek (target), dan konteks situasional. Dalam penelitian ini, faktor individu seperti pengalaman menonton genre thriller, pengetahuan tentang psikologi, serta nilai moral personal terbukti memengaruhi cara informan memaknai Jung Ba Reum. Sementara itu, faktor objek tercermin pada konstruksi naratif drama—alur yang penuh twist, adegan kekerasan, dialog minim emosi, dan ekspresi visual aktor—yang secara gradual membongkar identitas karakter. Konteks situasional berupa diskusi di TikTok memperkuat proses interpretasi kolektif, karena makna tidak hanya dibentuk secara personal, tetapi juga dinegosiasikan melalui interaksi digital.

Secara teoretis, dinamika ini sejalan dengan kerangka encoding/decoding Stuart Hall (1980) yang menegaskan bahwa pesan media dikodekan oleh produsen, tetapi didekodekan secara beragam oleh audiens. Karakter Jung Ba Reum dikonstruksi sebagai figur ambigu di satu sisi empatik dan polos, di sisi lain manipulatif dan tanpa penyesalan sehingga membuka ruang bagi posisi pembacaan dominan, negosiasi, maupun oposisi. Sebagian informan menerima narasi drama bahwa karakter tersebut merupakan produk eksperimen genetika, sehingga muncul simpati terbatas (posisi negosiasi). Namun, mayoritas tetap menolak pembenaran moral atas tindak kekerasan yang dilakukan (posisi oposisi). Hal ini menunjukkan bahwa audiens mampu membedakan antara pemahaman kompleksitas karakter dan legitimasi tindakan kriminalnya. Dengan demikian, representasi psikopat dalam *Mouse* tidak diterima secara linear, melainkan melalui proses seleksi dan interpretasi nilai yang dipengaruhi latar belakang sosial serta sistem moral individu.

Dalam konteks media digital, TikTok berfungsi sebagai ruang diskursif yang memperluas proses pemaknaan tersebut. Literatur mutakhir menyebut bahwa TikTok tidak hanya menjadi medium hiburan, tetapi juga arena produksi makna berbasis algoritma dan partisipasi pengguna (Schellewald,

2023; Rejeb et al., 2024). Fitur For You Page, duet, dan komentar memungkinkan potongan adegan Jung Ba Reum beredar ulang dengan framing tertentu, misalnya menonjolkan ekspresi dingin atau adegan pembunuhan tanpa penyesalan. Mekanisme algoritmik ini berpotensi memperkuat interpretasi dominan melalui paparan berulang, sehingga persepsi tentang “psikopat” terkonsolidasi dalam wacana kolektif (Gerbaudo, 2024). Dengan kata lain, persepsi tidak hanya dibentuk oleh teks drama, tetapi juga oleh arsitektur platform yang mengatur distribusi atensi. Proses ini mengilustrasikan bagaimana budaya partisipatif dan personalisasi algoritmik bekerja simultan dalam membentuk opini publik tentang karakter fiksi.

Pembahasan ini juga mengindikasikan adanya ambiguitas moral dalam respons khalayak. Sebagian informan mengaku mengalami dilema antara rasa simpati dan kecaman terhadap Jung Ba Reum. Ambiguitas ini dapat dijelaskan melalui konsep representasi budaya Hall (1997) yang menyatakan bahwa makna selalu berada dalam medan pertarungan ideologis. Drama *Mouse* menampilkan psikopat bukan sekadar sebagai antagonis, tetapi sebagai individu dengan latar belakang trauma dan eksperimen genetika. Representasi ini berpotensi menggeser stereotip psikopat sebagai sosok “serem sejak awal” menjadi figur yang tampak normal dan bahkan simpatik. Namun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun terjadi perluasan pemahaman kognitif, nilai normatif informan tetap menolak legitimasi kekerasan. Temuan ini memperlihatkan bahwa media dapat memperkaya cara pandang audiens tanpa secara otomatis mengubah landasan moral mereka.

Dari perspektif representasi kesehatan mental, diskursus tentang psikopat di media populer sering kali berisiko memperkuat simplifikasi atau stigma. Literatur lima tahun terakhir menegaskan bahwa media memiliki peran ambivalen: dapat meningkatkan kesadaran, tetapi juga dapat meneguhkan stereotip jika representasi dikaitkan secara langsung dengan kekerasan ekstrem (Zhang & Firdaus, 2024). Dalam kasus *Mouse*, penggambaran Jung Ba Reum sebagai pelaku pembunuhan berantai berpotensi memperkuat asosiasi psikopati dengan kriminalitas brutal. Akan tetapi, narasi kompleks yang disajikan drama termasuk aspek genetika dan dilema identitas—mendorong sebagian audiens untuk melihat psikopat sebagai fenomena multidimensional. Dengan demikian, pembahasan ini menunjukkan bahwa ruang digital seperti TikTok menjadi medan negosiasi antara representasi populer dan pemahaman ilmiah tentang psikopati.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa persepsi khalayak terhadap karakter psikopat dalam drama *Mouse* terbentuk melalui interaksi antara teks media, pengalaman individu, dan ekosistem platform digital. TikTok berperan sebagai katalisator yang mempercepat sirkulasi interpretasi dan memperluas ruang diskusi publik. Implikasi teoretisnya memperkaya kajian komunikasi massa dengan menunjukkan bahwa pembentukan makna dalam era media sosial bersifat dialogis, partisipatif, dan terhubung dengan logika algoritmik. Sementara itu, implikasi praktisnya menyoroti pentingnya literasi media dan literasi kesehatan mental agar audiens mampu membedakan antara representasi dramatik dan realitas klinis. Dengan demikian, pembahasan ini memperlihatkan bahwa konstruksi makna terhadap karakter psikopat tidak hanya menjadi fenomena budaya populer, tetapi juga cerminan relasi kompleks antara media, teknologi, dan persepsi sosial kontemporer.

PENUTUP

Penelitian ini menyimpulkan bahwa persepsi khalayak TikTok terhadap karakter Jung Ba Reum dalam drama *Mouse* bersifat beragam dan terbentuk melalui proses interpretasi yang aktif. Perubahan karakter dari sosok polisi yang empatik menjadi psikopat manipulatif memicu respons kognitif dan emosional yang berbeda-beda, tergantung pada pengalaman, latar belakang pengetahuan, serta nilai moral individu. Dalam perspektif teori persepsi, makna terhadap karakter tidak diterima secara tunggal, melainkan dinegosiasikan melalui interaksi antara faktor personal, konstruksi naratif drama, dan konteks diskusi digital di TikTok.

Selain itu, TikTok berfungsi sebagai ruang diskursif yang memperluas dan mempercepat pembentukan makna melalui mekanisme partisipatif dan algoritmik. Representasi psikopat dalam *Mouse* tidak hanya dipahami sebagai hiburan, tetapi juga sebagai wacana yang membentuk cara pandang audiens terhadap psikopatologi dan moralitas. Meskipun sebagian informan menunjukkan pemahaman yang lebih kompleks terhadap karakter psikopat, seluruhnya tetap mempertahankan penilaian normatif bahwa tindakan kekerasan tidak dapat dibenarkan. Temuan ini menegaskan bahwa media digital berperan penting dalam membentuk persepsi sosial, namun nilai moral individu tetap menjadi landasan utama dalam proses pemaknaan.

DAFTAR RUJUKAN

- Barta, S., Belanche, D., Fernández, A., & Flavián, M. (2023). Influencer marketing on TikTok: The effectiveness of humor and followers' hedonic experience. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 70, Article 103149. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.103149>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (Eds.). (2018). *The SAGE handbook of qualitative research* (5th ed.). SAGE Publications.
- Dominick, J. R. (2011). *The dynamics of mass communication: Media in the digital age* (11th ed.). McGraw-Hill.
- Gerbaudo, P. (2024). *TikTok and the algorithmic transformation of social media publics: From social networks to social interest clusters*. *New Media & Society*. <https://doi.org/10.1177/14614448241304106>
- Guest, G., Namey, E., & Chen, M. (2020). A simple method to assess and report thematic saturation in qualitative research. *PLOS ONE*, 15(5), e0232076. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0232076>
- Hall, S. (1997). *The work of representation*. In S. Hall (Ed.), *Representation: Cultural representations and signifying practices* (pp. 13–74). SAGE Publications.
- Huda, M. I., Nafsika, S. S., & Salman, A. (2023). Film sebagai media dalam mengubah cara pandang manusia dalam prinsip kemanusiaan. *IRAMA: Jurnal Seni, Desain dan Pembelajarannya*, 5(1), 9–14. <https://doi.org/10.17509/IRAMA.V5I1.50149>

- Humas Polri. (2021, July 4). Tindak pidana paling tinggi adalah pembunuhan dan pencurian. <https://humas.polri.go.id/2021/07/04/tindak-pidana-paling-tinggi-adalah-pembunuhan-dan-pencurian/>
- Indometro. (2023, February 8). Sosiopati dan psikopati dalam drakor “Mouse”. <https://indometro.id/sosiopati-dan-psikopati-dalam-drakor-mouse/>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. SAGE Publications.
- Margareta, D. E. (2022). *Representasi karakter psikopat dalam serial drama Mouse (Analisis semiotika John Fiske) [Skripsi, Universitas Lampung]*. <https://digilib.unila.ac.id/65814/>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Parry, H., & Phan, H. (2025). The impact of media narratives on public perception of psychopathy: An analysis of accuracy and misrepresentation. *Scientia Moralitas – International Journal of Multidisciplinary Research*, 10(1), 242–252. <https://www.scientiamoralitas.com/index.php/sm/article/view/310>
- Putri, L. A., & Purwadi, M. (2025, March 7). Analisis komentar masyarakat Indonesia terhadap pernikahan beda agama dalam drama Korea “Mouse”. *Radar Surabaya*. <https://radarsurabaya.jawapos.com/read/2025/03/07/481265/analisis-komentar-masyarakat-indonesia-terhadap-pernikahan-beda-agama-dalam-drama-korea-mouse>
- Putri, N. N. (2020). *Representasi psikopat dalam film Split (2017) (Analisis semiotika Charles Sanders Peirce) [Skripsi, Universitas Sebelas Maret]*. <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/84541/Representasi-Psikopat-Dalam-Film-Split-2017-Analisis-Semiotika-Charles-Sanders-Peirce>
- Rejeb, A., Rejeb, K., Appolloni, A., Treiblmaier, H., & Iranmanesh, M. (2024). Mapping the scholarly landscape of TikTok (Douyin): A bibliometric exploration of research topics and trends. *Digital Business*, 4(1), 100075. <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2024.100075>
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2013). *Organizational behavior* (15th ed.). Pearson.
- Schellewald, A. (2023). Understanding the popularity and affordances of TikTok through user experiences. *Media, Culture & Society*, 45(8), 1568–1582. <https://doi.org/10.1177/01634437221144562>
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Times of India. (2021, June 14). New Korean show “Mouse” has become the most watched non-English show in India. <https://timesofindia.indiatimes.com/tv/news/english/new-korean-show-mouse-has-become-the-most-watched-non-english-show-in-india/articleshow/83539909.cms>
- Taylor, S. H., & Chen, Y. A. (2024). The lonely algorithm problem: The relationship between algorithmic personalization and social connectedness on TikTok. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 29(5), zmae017. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmae017>
- Wardhana, C. (2023). Representasi psikopat dalam drama Korea Mouse. *The Commercio: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(3). <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/commercium/article/view/55055>
- Zhao, H., & Wagner, C. (2023). How TikTok leads users to flow experience: Investigating the effects of technology affordances with user experience level and video length as moderators. *Internet Research*, 33(2), 820–845. <https://doi.org/10.1108/INTR-08-2021-0595>