

**CONCERNING K-POP:
PENGENALAN SINGKAT TENTANG KOREAN WAVE (HALLYU STAR)**

Firda Rizka Rachma Wahdani, Ari Abi Aufa
Universitas Nahdlatul Ulama Sunan Giri
Email: 014228@sunan-giri.ac.id , aufa@sunan-giri.ac.id

Abstract: “K-Pop is an actual phenomenon nowadays. Widely spread through Korean dramas, pop songs, boy and girl bands, this Korean culture has become a symbol of today's youth life. Teenagers in Indonesia, even in other parts of the world, are competing to imitate the lifestyle of Korean artists, emulating the culture and almost making it as their own culture. This article is a library research. Writings on Korean popular culture serve as the main source of this research. Writings in the form of a book or journal is analyzed in order to get a complete understanding of the theme under study. Based on the research conducted, it is concluded that Korean popular culture is a new culture that adopts American culture. The new culture is then made into the identity of Korean youth and then disseminated through various ways, such as dramas, songs, films, and so on. Utilizing digital technology, social media applications and various other digital platforms, Korean popular culture has finally managed to spread widely and become a phenomenon that has caught the world's attention.”

Keywords: K-Pop, culture, technology, social media

Abstrak: “K-Pop adalah fenomena aktual saat ini. Fenomena tersebut tersebar luas melalui drama Korea, lagu pop, boy band dan girl band, budaya Korea ini telah menjadi simbol kehidupan anak muda masa kini. Para remaja di Indonesia, bahkan di belahan dunia lain, berlomba-lomba meniru gaya hidup artis Korea, meniru budaya tersebut dan nyaris menjadikannya sebagai budaya mereka sendiri. Artikel ini merupakan penelitian kualitatif dekriptif dengan metode studi kepustakaan. Tulisan-tulisan tentang budaya populer Korea menjadi sumber utama penelitian ini. Tulisan tersebut berupa buku atau jurnal yang dianalisis untuk mendapatkan pemahaman secara utuh tentang tema yang diteliti. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, disimpulkan bahwa budaya populer Korea merupakan budaya baru yang mengadopsi budaya Amerika. Budaya baru tersebut kemudian dijadikan identitas anak muda Korea dan kemudian disebarluaskan melalui berbagai cara, seperti drama, lagu, film, dan sebagainya. Memanfaatkan teknologi digital, aplikasi media sosial dan berbagai platform digital lainnya, budaya populer Korea akhirnya berhasil menyebar luas dan menjadi fenomena yang menyita perhatian dunia.”

Kata Kunci: K-Pop, budaya, teknologi, media sosial

PENDAHULUAN

Budaya populer merupakan salah satu bentuk upaya sebuah bangsa atau negara untuk menunjukkan eksistensi mereka di antara berbagai budaya lainnya. Budaya populer yang disebarkan melalui pemanfaatan teknologi, olahraga, seni, film dan sebagainya dibentuk sedemikian rupa untuk menarik minat generasi muda, agar mengagumi hingga meniru budaya baru tersebut. Gaya hidup baru yang ditawarkan oleh budaya populer biasanya menawarkan kesenangan, kebebasan berekspresi, petualangan dan tantangan yang dengan begitu mudah mempengaruhi generasi muda sehingga mereka melupakan dan bahkan meninggalkan budaya nenek moyang mereka sendiri.¹

Budaya populer dipelopori bangsa Barat saat mereka melakukan ekspansi wilayah ke seluruh penjuru dunia.² Westernisasi terjadi hampir di seluruh pelosok daerah dan menyentuh segala sendi kehidupan masyarakat tradisional. Teknologi yang dibawa oleh orang Barat menjadi alat yang sangat efektif untuk menawarkan gaya hidup ala Barat. Penyebaran bahasa, busana, dan sikap *ala* Barat secara masif dilakukan untuk menunjukkan hegemoni sekaligus superioritas Barat atas negara-negara lain. *American culture* disebarkan dan akhirnya dikenal oleh semua bangsa melalui media komunikasi yang sedang *hit* saat itu, yaitu televisi.

Setelah modernisasi menyebar, beberapa bangsa besar berusaha menunjukkan eksistensi mereka dengan memperkenalkan budaya mereka, sementara beberapa bangsa yang lain justru menjadi konsumen penampilan budaya bangsa lain. *American lifestyle* menjadi *trend setter* bagi kehidupan modern. Hal ini seolah dipahami oleh beberapa kalangan bahwa menjadi modern ditandai dengan meniru budaya orang Amerika.

Korean Populer culture saat ini menjadi budaya yang paling populer digandrungi oleh remaja di seluruh Asia dan bahkan Dunia. Sebelum Korea, negara India telah melakukan upaya untuk menunjukkan eksistensi budaya mereka melalui lagu dan film, namun budaya lokal yang ditunjukkan oleh India tampak tidak terlalu mempengaruhi kalangan remaja untuk meniru budaya India tersebut.³ Selain Korea dan India, Jepang, Taiwan dan China juga melakukan hal yang sama, yaitu berusaha menjadi *trend setter mode*. Namun dapat diakui secara umum, bahwa *Korean pop culture* lah saat ini yang menguasai perhatian dan minat kaum remaja.

Tradisionalitas dan lokalitas yang dibawa India melalui film dan lagu tampak tidak berhasil menarik minat remaja secara masif, meski tentu saja banyak pula yang menggemari

¹ Ariel Heryanto, *Budaya Populer Di Indonesia*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2012), hlm. 09.

² Hamdani M. Syam. *Globalisasi Media dan Penyerapan Budaya Asing, Analisis pada Pengaruh Budaya Populer Korea di Kalangan Remaja Kota Banda Aceh*. Jurnal Ilmu Komunikasi Vol 3 No.1. Juli 2015. hlm.56-57.

³ Sun Jung, *Korean Masculinities And Transcultural Consumption*, (Aberdeen: Hong Kong University Press, 2011), hlm. 01-02.

film dan lagu India. Perlu ada penelitian lebih lanjut tentang kekurangberhasilan India melakukan promosi budaya, namun bisa dipahami posisi negara India yang bukan merupakan negara maju yang membuat kalangan remaja enggan meniru budaya mereka.

Hal berbeda dilakukan oleh Korea. Ketika bangsa Korea berusaha menunjukkan eksistensi mereka, mereka tidak menggunakan budaya tradisional mereka sebagai ciri khas mereka, namun mereka justru mengadopsi budaya Amerika dan menjadikan budaya tersebut menjadi gaya hidup mereka. Hal ini membuat budaya populer Korea berhasil mencuri perhatian generasi muda. Ketika generasi muda tertarik dengan sebuah gaya hidup, mereka cenderung ingin meniru gaya hidup tersebut, baik dari segi busana, bahasa, makanan dan sebagainya.

Budaya populer Korea yang diperkenalkan melalui film dan lagu sangat cepat diterima oleh generasi muda, dan bahkan hampir tanpa resistensi. Pemanfaatan teknologi komunikasi seperti *smartphone* sangat menunjang popularitas budaya Korea tersebut. Melalui *smartphone*, film maupun lagu Korea begitu mudah dinikmati. Bagi penggemar budaya populer Korea, bekerja atau belajar sambil mendengarkan lagu boyband Korea menjadi hal yang sangat lazim. Menonton drama Korea di saat senggang pun seolah menjadi kebiasaan baru remaja, dan juga kaum ibu, saat ini. Aplikasi-aplikasi seperti Youtube, smule, tik tok dan sebagainya turut membantu penyebaran budaya populer Korea. Menikmati film atau lagu Korea bisa dilakukan kapan saja dan di mana saja.

Menjadikan budaya Amerika sebagai pengganti budaya lokal memang memiliki banyak keuntungan, namun banyak hal pula yang harus dikorbankan ketika memasukkan nilai-nilai baru ke dalam masyarakat. Nilai-nilai lama yang sebelumnya dipegang teguh oleh generasi tua akan terkikis dan tergantikan oleh nilai-nilai baru yang bisa saja tidak sesuai dengan nilai lama yang ada sebelumnya. Memasukkan peradaban Barat ke dalam bangsa Timur akan memiliki dampak langsung terhadap nilai-nilai inti budaya sebuah bangsa. Perbedaan faktor geografi jelas mempengaruhi budaya sebuah bangsa. Serta merta menjiplak budaya dengan latar geografi yang berbeda jelas akan menimbulkan disharmoni dengan budaya yang lebih dulu mapan. Namun, hal ini tidak berarti semua budaya dari luar tidak bisa diadopsi oleh sebuah bangsa selama ada penyesuaian dengan budaya lokal.

Penelitian ini berupaya menganalisa dan mengklasifikasi budaya populer Korea, sehingga didapatkan pemahaman yang utuh tentang tema yang diteliti. Tujuan penelitian ini adalah untuk memperkenalkan budaya baru Korea agar dipahami secara utuh tentang batas dan lingkup budaya baru tersebut

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan kajian pustaka jenis kualitatif deskriptif tentang budaya populer Korea. Penelitian ini mengkaji tulisan berupa buku maupun jurnal, digital maupun cetak, yang berbicara tentang budaya populer Korea. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah studi pustaka.

Budaya Populer

Pada dasarnya, budaya populer terdiri dari dua kata, yaitu ‘Budaya’ dan ‘Populer’. Kamus Besar Bahasa Indonesia menjelaskan budaya sebagai pikiran; akal budi; adat istiadat; sesuatu yang berkaitan dengan hasil karya budi.⁴ Sedangkan populer diartikan sebagai sesuatu yang dikenal dan disukai orang banyak; dikenal dan diterima oleh masyarakat; sesuatu dengan kebutuhan masyarakat pada umumnya.⁵ Jadi, budaya populer dapat didefinisikan sebagai budaya yang diproduksi secara komersial, massal, dan menjadi ikon budaya massa.

Di sisi lain, definisi budaya populer sendiri masih menjadi perdebatan dikalangan para ahli. Secara etimologi, budaya dapat diartikan menjadi tiga hal, yaitu (1) Suatu proses pengembangan yang terjadi pada intelektual, spiritual, dan estetika; (2) Cara hidup tertentu dari orang, periode, atau kelompok; dan (3) Sebagai karya dan praktik intelektual dan terutama aktivitas artistik. Sedangkan kata populer dapat diartikan sebagai (1) Sesuatu yang disukai oleh banyak orang; (2) Jenis pekerjaan yang inferior; (3) Bekerja dengan sengaja bersiap untuk memenangkan hati dengan orang-orang; dan (4) Budaya sebenarnya dibuat oleh rakyat untuk dirinya sendiri.⁶

Budaya populer senantiasa timbul secara unik serta berganti-ganti di bermacam tempat serta waktu. Budaya populer membentuk arus serta pusaran yang mewakili sesuatu perspektif interdependen yang mutual. Di samping itu, budaya populer pula memiliki nilai-nilai yang bisa pengaruhi warga dengan bermacam metode. Sebagian arus budaya populer bisa timbul dari suatu subkultur yang melambangkan perspektif yang kemiripannya dengan budaya pop *mainstream* begitu sedikit.⁷

Bermacam hal yang berhubungan dengan budaya pop sangat khas menarik spektrum yang lebih luas dalam masyarakat. Ciri khas budaya populer, meliputi:

⁴ Tim Prima Pena, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Gitamedia Press: 2011), Hlm.160.

⁵ Tim Prima Pena, *Kamus Bahasa Indonesia ...* Hlm.622.

⁶ Sriyana, *Antropologi Sosial Budaya*, (Klaten: Penerbit Lakeisha, 2020), Hlm. 217.

⁷ Sriyana, *Antropologi Sosial Budaya ...* Hlm. 221.

- a. Tren atau Pola. Suatu budaya yang menjadi suatu pola dan diikuti atau disukai oleh banyak individu dapat menjadi budaya populer.
- b. Keseragaman produk. Sebuah ciptaan manusia yang berubah menjadi pola pada akhirnya bergabung dengan banyak pemalsu. Karya ini dapat menjadi pionir bagi karya-karya yang berbeda dengan atribut yang serupa. Sebagai jenis musik, populer adalah jenis musik yang dokumentasi nadanya tidak terlalu membingungkan, syair melodinya dasar, dan mudah diingat.
- c. Adaptabilitas. Sebuah budaya populer dihargai dan dianut oleh banyak individu, dengan cara ini mendorong sebuah pola.
- d. Durabilitas. Suatu budaya populer akan dilihat bersumber pada durabilitas mengalami waktu, pionir budaya populer yang bisa mempertahankannya apabila pesaing yang setelah itu timbul tidak bisa menyaingi keunikannya akan bertahan, semacam merk coca-cola yang telah terdapat berpuluh-puluh tahun.
- e. Profitabilitas. Dari sudut pandang moneter, budaya populer memberikan keuntungan besar bagi industri yang mendukungnya.

Di sisi lain, para ahli juga menyatakan inti dari budaya populer terdiri dari empat hal, yaitu (1) Budaya dibangun berdasarkan kesenangan, namun tidak substansial dan mengentaskan orang dari kejenuhan kerja sepanjang hari; (2) Kebudayaan populer menghancurkan kebudayaan tradisional; (3) Kebudayaan dan (4) Kebudayaan populer merupakan budaya yang menetes dari atas. Jadi, budaya populer sangat berkaitan dengan masalah keseharian yang dapat dinikmati oleh semua orang, seperti mega bintang, kendaraan pribadi, fashion, model rumah, perawatan tubuh, dan sebagainya. Selain itu, sebuah budaya yang akan masuk dunia hiburan pada umumnya menempatkan unsur populer sebagai unsur utamanya. Hal tersebut bertujuan untuk memperoleh kekuatan dalam mempengaruhi masyarakat.

Bikhu Parekh yang dikutip oleh Graeme Burton dalam bukunya yang berjudul “Pengantar untuk Memahami Media dan Budaya Populer” mengemukakan lima komponen yang dapat menggambarkan tentang definisi budaya.⁸ Komponen-komponen tersebut di antaranya, yaitu:

⁸ Graeme Burton, *Pengantar untuk Memahami Media dan Budaya Populer*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2008), Hlm. 33.

- a. Suatu khazanah kepercayaan yang dapat mengantarkan suatu kelompok orang menuju pemahaman tentang jati diri dan dunia, serta menerapkan makna terhadap perilaku dan hubungan sosialnya.
- b. Berbagai nilai dan norma perilaku yang mengatur hubungan sosial, menginformasikan ide-ide tentang kebaikan, dan ada di belakang peristiwa kehidupan yang pokok, seperti kelahiran, pernikahan, dan kematian.
- c. Berbagai ritual dan seni ekspresif yang mengomunikasikan pemahaman diri, pengalaman, dan emosi kolektif.
- d. Pengembangan karakter sosial secara bersama.

Pada dasarnya, budaya populer adalah hasil dari masyarakat industrial, di mana kegiatan pemaknaan dan hasilnya sebagai budaya, diciptakan dan ditampilkan dalam jumlah besar, kerap dengan bantuan teknologi produksi, distribusi, dan penggandaan secara massal, sehingga gampang dijangkau masyarakat luas. Terlepas dari kenyataan bahwa industrialisasi Indonesia telah berlangsung selama lebih dari 100 tahun, kenyataan menunjukkan bahwa peningkatan industri yang luas dan terkendali baru dimulai pada tahun 1980-an, ketika sistem taktis Permintaan Baru (1966-98) dimulai. Meskipun budaya populer telah menjadi isu yang menarik dalam diskusi ilmiah Indonesia selama tahun 1970-an, penyelidikan budaya populer Indonesia dipandang sebagai hal yang tidak biasa dibandingkan dengan penelitian tentang berbagai bagian budaya Indonesia saat ini.⁹

Kehadiran budaya populer dalam kehidupan masyarakat lokal pada kondisi tertentu dapat mendeskripsikan gaya hidup yang sedang dialami. Budaya populer yang datang dari luar dan bercampur menjadi satu dalam medium yang dikonsumsi oleh masyarakat setiap hari. Joke Hermes seperti yang dikutip oleh Rachmah Ida menjelaskan bahwa terdapat bermacam-macam sikap penerimaan masyarakat terhadap adanya budaya populer. Ada yang menyatakan bahwa mengonsumsi budaya populer hanya berfungsi sebagai bentuk pelarian dari kegiatan rutinitas (*leisure activity*), mulai dari kalangan anak-anak hingga kalangan dewasa. Selain itu, ada pula yang menekankan bahwa kegiatan tersebut hanya untuk menuruti keinginannya, terlepas dari aspek politik dan imperialisasi budaya.¹⁰

Di samping itu, penyebaran budaya populer tidak terlepas dari dukungan media massa, baik media cetak, maupun media elektronik. Hal ini disebabkan karena adanya keputusan dari Presiden Suharto untuk memberikan suatu kebebasan kepada media massa. Oleh karena itu,

⁹ Ariel Heryanto, *Budaya Populer Di Indonesia*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2012), Hlm.09.

¹⁰ Rachmah Ida, *Budaya Populer Indonesia Diskursus Global/Local Dalam Budaya Populer Indonesia*, (Surabaya: Airlangga University Press, 2017), Hlm. 04.

banyak ditemukan siaran radio, televisi swasta dan nasional, koran, dan juga majalah-majalah. Hal tersebut menjadi salah satu jembatan dalam penyebaran budaya populer dari Amerika Serikat, Hong Kong, Jepang, India, dan Korea menuju berbagai wilayah di Indonesia.

Sejarah Perkembangan Budaya Populer Korea

Budaya populer Korea Selatan telah beredar secara global sejak akhir 1990-an. Secara luas, popularitas globalnya dapat diamati dalam dua fenomena budaya utama, yaitu (1)*Hallyu* (한류, 韓流), yang lebih terlihat di kawasan Asia; dan (2)*Fandom Kultus* Film bergenre Korea, yang lebih terlihat di Barat. Terjemahan literal *Hallyu* adalah "Gelombang Korea" dan istilah ini mengacu pada popularitas regional di Korea Selatan. Produk budaya Korea dapat dijumpai di bioskop, drama televisi, musik populer, dan fashion di Asia.¹¹

Asal-usul *Hallyu* dapat ditelusuri kembali ke kesuksesan Drama televisi Korea Selatan, *What Is Love?*. Drama tersebut diputar pada CCTV (*Chinese Central Television*) di China, Juni 1997. Pangsa penontonnya mencapai rekor tertinggi yang diraih oleh serial drama asing yang akan disiarkan di Cina, yaitu sebesar 16,6%. Selain kesuksesan awal drama televisi Korea Selatan di Cina, *Hallyu* juga berkembang di bioskop dengan kesuksesan regional dari film *Blockbuster Shiri* (1999) di Asia. Di Jepang, *Shiri* menjual lebih dari 1,2 juta tiket.

Shiri sering dipuji karena kombinasi tontonannya yang mulus. *Shiri* memberikan gambaran khas film aksi, seperti kejar-kejaran mobil, ledakan, dan baku tembak. Dalam hal tontonan, *Shiri* mendapat persetujuan dari para kritikus dan penonton sama karena urutan tindakan ini. Film ini menyuguhkan sembilan urutan yang spektakuler dengan interval kira-kira tiga belas menit dalam 123 menit dari total waktu berjalan. Ini dimulai dengan adegan kekerasan yang mengejutkan dari gerilyawan Korea Utara dalam pelatihan. Strategi yang digunakan pada adegan mengejutkan di awal film mengikuti aturan *Five-Minute Rule* dari film-film Hollywood yang sukses, yaitu film hanya memiliki lima menit untuk menarik perhatian penonton. Setelah adegan ini di *Shiri*, tontonan yang lebih besar ditampilkan, yang terbesar adalah adegan besar di stadion Olimpiade yang diisi dengan 50.000 ekstra. Itu Adegan aksi inilah yang mencontohkan bagaimana *Shiri* mewujudkan karakteristik dari Film laris Hollywood.

Sejak rilis *Shiri* dan kesuksesan besar berikutnya, media Korea Selatan telah mengambil pandangan optimis tentang masa depan perfilman Korea Selatan terbukti mampu mengalahkan

¹¹ Sun Jung, *Korean Masculinities And Transcultural Consumption*, (Aberdeen: Hong Kong University Press, 2011), Hlm. 01-02.

raksasa Hollywood seperti “Titanic”. Beberapa media mencatat bahwa total anggaran produksi *Shiri* hanya sekitar dua bagian dari Titanic. Selain itu, ada juga yang berpendapat bahwa negara-negara dengan budaya maju, seperti Prancis dan Jepang berjuang saat mereka diserang oleh produksi Hollywood, Korea adalah satu-satunya yang mengalahkan mereka, meskipun ada intervensi IMF. Dalam iklim euforia ini, kesuksesan *Shiri* dengan cepat diikuti oleh *blockbuster* yang lebih besar. Mengikuti kesuksesan *Shiri*, film *My Sassy Girl* dan *My Wife Is a Gangster* juga berhasil menduduki peringkat nomor satu di *Box Office* beberapa negara Asia, termasuk Hong Kong dan Singapura. Di Hong Kong, *My Sassy Girl* bertahan pada peringkat nomor satu di *Box Office* dengan dengan total pendapatan lebih dari US \$ 1,7 juta.

Di sisi lain, *Hallyu* juga terlihat dalam musik populer. BoA merupakan seorang penyanyi wanita Korea Selatan dan menjadi *superstar regional* di Asia setelah semua album dan sejumlah *single*-nya mencapai puncak tangga lagu *Oricon* Jepang. Namun, baru pertama kali diputar pada April 2003 drama *Winter Sonata* di NHK (*Nippon Hoso Kyokai/Japan Broadcasting Corporation*). Hal tersebut menyatakan bahwa *Hallyu* menjadi fenomena budaya populer regional di Asia seperti saat ini. Popularitas yang sangat besar dari *Winter Sonata* di negara-negara seperti Jepang, Taiwan, Hong Kong, dan China menciptakan “*Sindrom Yonsama*”, yang mengacu pada fenomena ketenaran pemeran utama pria *Winter Sonata*, Bae Yong-Joon (BYJ). Kemudian pada 2004 disusul dengan Drama Korea Selatan lainnya, seperti *Full House*. Drama tersebut diputar di berbagai wilayah, sehingga dapat sukses menarik perhatian sekitar 50% dari rata-rata pangsa pemirsa di negara-negara, seperti Indonesia, Thailand, Filipina, dan Hong Kong. Keberhasilan *Full House* membantu berkontribusi pada ketenaran regional pemeran utama pria *Full House*, Rain, yang kemudian dipilih oleh majalah *Time* sebagai salah satunya “100 Orang Paling Berpengaruh Di Dunia” pada tahun 2006. Akhirnya, sejarah drama kostum, *Dae-jang-geum* (2003-2004) telah mencapai popularitas yang fenomenal di berbagai daerah. Sejak 2004, drama ini telah disiarkan secara luas di lebih dari enam puluh negara di seluruh dunia, termasuk Taiwan, Hong Kong, Cina, Jepang, Filipina, Singapura, Indonesia, Malaysia, Thailand, India, Iran, seluruh negara Arab (melalui televisi satelit Dubai), Australia, AS, Kanada, Rusia, Uzbekistan, Turki, Hongaria, Ghana, dan Zimbabwe.

Jenis-Jenis Budaya Populer Korea

a. Drama Korea

Drama Korea merupakan sebuah drama mini seri yang ditayangkan melalui siaran televisi dan diproduksi dalam bahasa Korea. Banyak dari drama ini telah menjadi populer di seluruh Asia dan telah memberikan pengaruh pada berbagai negara. Fenomena tersebut dikenal dengan istilah *Hallyu* (bahasa Korea: 한류).

Secara garis besar, drama Korea terdiri dari tiga macam. *Pertama*, jenis mengambil setelah pertunjukan barat yang pendek, penutup ceria, dan tanpa referensi seksual yang jelas sering ditemukan dalam dramatisasi Barat. Drama ini umumnya menceritakan tentang pertikaian tawar-menawar uang, hubungan antara ibu dan anak. *Kedua*, sebuah dramatisasi yang menceritakan tentang segitiga pemujaan, di mana pemeran utama wanita biasanya gagap untuk anak nakal dengan karakter utama menyerangnya. Pertunjukan ini berjalan dari 16 adegan hingga lebih dari 100. *Ketiga*, jenis penting lainnya adalah *Sa Geuk*, pertunjukan kronik Korea. Acara ini menceritakan kisah fiksi kronik Korea. Drama semacam itu biasanya mencakup alur cerita yang rumit dengan pakaian, set, dan perangkat tambahan yang rumit. Teknik bertarung, pertarungan pedang dan kuda poni secara teratur menjadi bagian besar dari dramatisasi kronik Korea.¹²

Drama Korea populer karena berbagai alasan. Orang Amerika menganggap bahwa drama Korea disuguhkan dengan santai dan ceria, dan orang Eropa menganggap plotnya tidak rumit dan romantis. Sementara itu, orang Asia menemukan gaya hidup dan tren yang dapat mereka tiru. Sedangkan Timur Tengah merasakan penindasan emosi yang halus dan gairah romantis yang intens tanpa adanya seksualitas yang terbuka. Negara-negara Muslim menganggap bahwa drama tersebut aman. Hal tersebut ditunjukkan dengan disiarkannya *Dae Jang Geum* dan *Jumong* oleh pemerintah monarki Arab Saudi. Menurutnya, drama tersebut menggambarkan tentang pahlawan Korea dalam menekankan dukungan dan loyalitas kepada pemerintah. Sementara orang Asia menikmati tradisi umum dan tema "melawan semua yang aneh" dalam drama epik sejarah Korea, penonton Barat menyukai humor yang menyegarkan, plot yang fantastis, dan ketulusan seperti "My Lovely Kim Sam-soon" dan "Boys over Flowers". Tidak seperti sinetron Amerika Latin yang menampilkan topik dan adegan seksual dan sensasional, "My Lovely Kim Sam-soon" yang menampilkan romantisme dan alur cerita Cinderella modern. Drama tersebut

¹² Frulyndese K. Simbar, "Fenomena Konsumsi Budaya Korea Pada Anak Muda Di Kota Manado" dalam Jurnal Holistik, Tahun X No. 18 (Juli - Desember 2016), Hlm. 02-03.

ditayangkan melalui jaringan televisi besar di Peru pada slot jam sembilan jam tayang utama alih-alih di berita.

b. Musik *K-Pop*

Gelombang Korea tidak terbatas pada drama TV. *Korean Wave* jenis baru dipelopori oleh grup idola wanita Korea yang terkenal seperti *Girls generation*, *Kara*, dan *Wonder Girls*. *Korean Wave* cukup menarik minat dan perhatian orang Asia. Saluran berbasis Hong Kong "V" mulai menampilkan Pop Korea video musik di akhir 1990-an. Kesuksesan *H.O.T*, *Shinwha*, *NRG*, dan *girl band Baby Vox* di Hong Kong, Taiwan, dan Cina muncul sebagai yang episentrum budaya pop yang berikutnya. Penyanyi wanita Boa memulai karirnya di Jepang dan menduduki posisi nomor satu selama tujuh kali di Oricon Weekly Album saat dia menjadi vokalis wanita Korea pertama yang sukses di Jepang. Selanjutnya Dong Bang Shinki sukses menjadi salah satu grup pria yang menjadi artis asing pertama pada peringkat teratas pada tangga lagu mingguan Oricon sebanyak sembilan kali, dan mencetak rekor penjualan tertinggi yang pernah ada pada minggu pertama rilis. Menurut kejadian terkini, Jepang Mingguan AERA, grup Korea mendominasi musik Jepang pasar sebagai "invasi Korea" dan membandingkan K-pop dengan Grup Inggris *The Beatles* yang mendominasi musik Amerika pasar di tahun 1960-an.¹³

Kebangkitan *boyband* dan *girlband* mengundang antusias masyarakat Indonesia. Pengakuan luas terlihat dari jumlah penggemar yang sangat banyak dan perkembangan beberapa klub penggemar untuk pengrajin *boyband* Korea. Super Junior yang menyandang sebutan *Elf*, atau *VIP* sebutan fans *Big Bang*, dan *Sone* sebutan untuk fans dari SNSD. Penggemar klub artis *boyband* dan *girlband* Korea kini hadir di Indonesia. Sejak budaya populer Korea telah melanda berbagai belahan dunia, Indonesia adalah salah satu yang terkena dampaknya. Berawal dari Drama Korea, kemudian masuk ke dalam musik. Kondisi ini terus-menerus dipelajari oleh para ahli di Indonesia. Maraknya *boyband* dan *girlband* Korea merupakan salah satu peluang bisnis besar dalam industri hiburan di Indonesia. Kecenderungan anak-anak muda yang menyukai *girlband* dan *boyband* mendorong para pencipta musik Indonesia untuk mengikuti kecenderungan sektor bisnis yang sedang berkembang. Saat itu muncullah *boyband* dan *girlband* yang tidak dapat dipisahkan dari budaya populer Korea. Berbagai karya seni dan musik mulai

¹³ Gunjoo Jang dan Won K. Paik, "Korean Wave As Tool For Korea's New Cultural Diplomacy". *Advances In Applied Sociology* 2012, Vol.2, No.3, 196-202, Hlm.198.

dibawakan oleh artis-artis Indonesia dengan ide Korea, seperti *Smash*, *Cherrybelle*, dan *7icons*.¹⁴

c. *Fashion dan Korean Style*

Cara berpakaian orang Korea sangat inspiratif, misalnya untuk pakaian resmi mereka menggunakan setelan jas yang dipadukan dengan kemeja. Sedangkan untuk pakaian sehari-hari, mereka biasanya memakai pakaian sesuai musim. Orang Korea juga gencar mempromosikan produknya melalui bisnis pemasaran dan hal ini dimaksudkan agar pengaruh imitasi yang terjadi di remaja Indonesia cepat terinternalisasi di dalam gaya hidup mereka sehari-hari. Pengaruh industri iklan sangat efektif dalam penyebaran budaya pop Korea, ini tampak dari beberapa produk yang tersebar di pasar Indonesia. Melalui *platform online shopping* dapat banyak dijumpai berbagai jenis produk kecantikan, pakaian, dan aksesoris yang berbau Korean Wave. Bahkan produk makanan Korea juga sudah menjadi tren pilihan kuliner bagi masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, tak heran jika sudah banyak restoran Korean Wave hadir di Indonesia.¹⁵

Demikian pula, membenaran anak muda untuk meniru pola berpakaian ala bangsa ginseng adalah akibat langsung dari gaya desain mereka yang santai dan menawan dengan pilihan warna yang memikat. Hal ini sesuai dengan pendapat Sumartono dan Hani Astuti dalam eksplorasinya yang mengungkapkan bahwa saat ini anak muda garapan Korea, pakaian yang diminati remaja adalah kaos scarf dan kaos sofie. Dengan kemeja scarf bertekstur rayon dan dipadukan dengan scarf dengan contoh alternatif akan terlihat lebih indah dan menawan. Jika dipadukan dengan celana pensil atau hot jeans kecil, kaki akan terlihat lebih panjang dan seksi. Cara berpakaian seperti para entertainer di acara-acara Korea, para personil Boyband, sebut saja *Super Junior*, dan girlband seperti *Wonder Girl* (SNSD), pada dasarnya sama dengan orang Asia, namun mereka lebih berani untuk mengeksplorasi dan mencetuskan sebuah inovasi. Untuk pakaian pria memiliki gaya yang lebih feminin. Tidak hanya dari jenis *V-neck* atau dengan potongan rendah, kosmetik dan penataan rambut pun tampil begitu anggun dan manis, bahkan sepatu yang mereka kenakan pun menampilkan nuansa yang stocking tipis, paha setinggi paha, atau bahkan kaus kaki yang menggemaskan adalah hal wajib untuk dikenakan. Kemudian, dalam kehidupan sehari-hari, mereka mengenakan pakaian sesuai dengan musim. Satu hal yang

¹⁴ Hamdani M. Syam, "Globalisasi Media Dan Penyerapan Budaya Asing, Analisis Pada Pengaruh Budaya Populerkorea Di Kalangan Remaja Kota Banda Aceh" dalam *Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol 3 No.1 (Juli 2015), Hlm. 60-61.

¹⁵ Frulyndese K. Simbar, "Fenomena Konsumsi Budaya Korea Pada Anak Muda Di Kota Manado" dalam *Jurnal Holistik*, Tahun X No. 18 (Juli - Desember 2016): Hlm. 02-03.

menarik dari gaya penampilan wanita Korea adalah mengenakan atasan yang ditutupi dengan kaus atau jaket yang lebih kecil dari biasanya, meskipun dasarnya pendek dan sedikit terbuka.¹⁶

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa budaya populer Korea memiliki pengaruh yang sangat besar dalam industri hiburan di berbagai penjuru dunia. Penggemar budaya pop Korea yang mayoritas adalah kaum muda, hendaknya memasang tameng, agar dapat menyaring dampak positif dan negatif yang ditimbulkan. Hal ini sesuai dengan pengamatan dan hasil wawancara peneliti di MAN I Bojonegoro. Banyak siswa Kelas XI yang tergolong remaja tertarik dan terjerumus dalam Korean Wave. Mereka menghabiskan waktu luang dengan menikmati drama Korea, musik K-Pop, bahkan makanan Korea, *Korean Street Food*. Selain untuk sarana hiburan dan rekreasi, hal tersebut juga dipengaruhi oleh faktor lingkungan dan strata sosial. Jika seseorang ingin diakui keberadaannya dan meningkatkan kedudukan sosialnya, maka ia harus mengetahui perkembangan terbaru tentang budaya populer Korea. Dengan demikian, hendaknya para orang tua dan guru dapat memberikan teladan yang baik dalam memilih dan memilih hiburan untuk melepas penat, sehingga tidak mengakibatkan transformasi budaya lokal dengan budaya populer. Hal ini disebabkan karena orang tua, guru, dan tokoh akan dijadikan sebagai idola dan *role model* bagi remaja, yang tidak lain adalah sasaran utama produk *Hallyu Star*.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, Hani, Sumartono. 2013. "Terpaan Drama Korea Dan Perilaku Fashion Di Kalangan Mahasiswi Fikom Ubhara Jaya". *Jurnal Komunikologi* Volume 10 Nomor 2, September.
- Burton, Graeme. 2008. *Pengantar Untuk Memahami Media Dan Budaya Populer*. (Yogyakarta: Jalasutra)..
- Frulyndese K. Simbar, "Fenomena Konsumsi Budaya Korea Pada Anak Muda Di Kota Manado" dalam *Jurnal Holistik*, Tahun X No. 18 (Juli - Desember 2016), Hlm. 02-03.
- Heryanto, Ariel. 2012. *Budaya Populer Di Indonesia*. (Yogyakarta: Jalasutra).
- Ida, Rachmah. 2017. *Budaya Populer Indonesia Diskursus Global/Local Dalam Budaya Populer Indonesia*. (Surabaya: Airlangga University Press).

¹⁶ Sumartono dan Hani Astuti. "Terpaan Drama Korea Dan Perilaku Fashion Di Kalangan Mahasiswi Fikom Ubhara Jaya" dalam *Jurnal Komunikologi* Volume 10 Nomor 2, (September 2013), Hlm. 84.

- Jang, Gunjoo. Paik, Won K.. *Korean Wave As Tool For Korea's New Cultural Diplomacy. Advances In Applied Sociology* 2012. Vol.2, No.3, 196-202.
- Jung, Sun. 2011. *Korean Masculinities And Transcultural Consumption*. (Aberdeen: Hong Kong University Press).
- Simbar, Frulyndese K.. "Fenomena Konsumsi Budaya Korea Pada Anak Muda Di Kota Manado". *Jurnal Holistik*, Tahun X No. 18 / Juli - Desember 2016.
- Sriyana. 2020. *Antropologi Sosial Budaya*. (Klaten: Penerbit Lakeisha).
- Syam, Hamdani M.. "Globalisasi Media Dan Penyerapan Budaya Asing, Analisis Pada Pengaruh Budaya Populerkorea Di Kalangan Remaja Kota Banda Aceh" *Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol 3 No.1. Juli 2015.
- Tim Prima Pena, 2011, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Gitamedia Press).