

DINAMIKA BUDAYA POPULER K-POP DAN KOREAN WAVE TERHADAP PERUBAHAN POLA KONSUMSI DAN GAYA HIDUP MASYARAKAT DESA

Mohammad Adam Aditia¹, Amal Taufiq²

Email: adamaditia03@gmail.com¹, amaltaufiq70@gmail.com²

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Abstrak: Korean wave merupakan produk budaya sebagai dampak dari globalisasi yang disukai oleh masyarakat dunia, tidak terkecuali di Indonesia. Korean wave hadir dengan berbagai produk budaya yang menarik, salah satunya adalah daya berpakaian. Masalah kemudian muncul akibat tren pakaian korea yang dianggap cenderung lebih modern dan mengaburkan nuansa berpakaian sesuai dengan norma. Kekuatan penggemar K-Pop di Indonesia juga sangat luar biasa, mereka sangat antusias dengan apapun yang berhubungan dengan idol korea selatan. Penggemar K-Pop juga dikenal memiliki kegiatan konsumsi seperti membeli album, merchandise, mengoleksi photo card, menonton konser, dan lain sebagainya. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidik menjadi penggemar K-Pop membawa pengaruh atau tidak pada pola konsumsi di masyarakat desa Karangbong, Gedangan, Sidoarjo kemudian mencari tahu korean wave ini membawa pengaruh terhadap gaya hidup masyarakat desa atau tidak. Metode penelitian menggunakan deskriptif kualitatif, sumber data berupa dokumen dan informan. Teknik pengumpulan data berupa wawancara terbuka dengan penggemar K-Pop sekaligus fanbase K-Pop masyarakat desa Karangbong, Gedangan, Sidoarjo dan observasi berupa pengamatan dan pencatatan. Teknik analisis data menggunakan model pendekatan fenomenologi milik Jean Paul Baudrillard. Hasil penelitian menunjukkan adanya perubahan pola konsumsi di masyarakat desa dan membawa pengaruh gaya hidup. Secara keseluruhan, pengaruh kebudayaan K-Pop memunculkan ketidakseimbangan antara budaya asli dan budaya impor.

Kata Kunci: Budaya Populer K-Pop, Korean Wave, Pola Konsumsi, Gaya Hidup.

PENDAHULUAN

Ada berbagai macam budaya yang dapat ditemukan di Indonesia. Seiring dengan perkembangan teknologi baru. Di era globalisasi saat ini, semakin mudah bagi individu untuk mendapatkan informasi dan berita dari negara dan wilayah yang terletak di seluruh belahan dunia. Karena mudahnya memperoleh informasi dan berita, terjadilah pertukaran budaya antar daerah. Pertukaran ini mencakup kepergian budaya lokal dan masuknya budaya asing ke dalam suatu bangsa (Tanjung et al., 2023).

Budaya Barat, budaya Eropa, budaya Jepang, dan budaya Korea hanyalah sedikit dari beragam budaya yang diterima dengan tangan terbuka di Indonesia yang merupakan bangsa yang memiliki toleransi tinggi terhadap keberagaman. Kebudayaan Barat, yang juga dikenal sebagai Westernisasi, telah masuk ke Indonesia dan menjadi budaya dominan di dunia selama beberapa waktu (Damayanti, 2022). Kebudayaan Korea merupakan kebudayaan yang paling baru masuk ke Indonesia, namun telah diterima dengan baik oleh masyarakat Jepang. Ciptaningtyas dan Prasetyo (2022) menyatakan bahwa budaya Korea berpotensi diterima secara luas karena lebih sesuai dengan cita-cita masyarakat setempat.

Mereka yang berusia remaja dan generasi muda terinspirasi oleh gelombang Korea ini. Remaja pada umumnya memiliki preferensi yang kuat terhadap episode atau serial drama Korea, serta memiliki aspek lain yang mendukung preferensinya, seperti musik dan fashion. Kaum muda memiliki ketertarikan dan kekaguman yang kuat terhadap budaya Korea karena mereka mampu mengenali artis yang mereka kagumi, mulai dari kesukaan musik mereka, pakaian yang mereka kenakan, dan kosmetik yang mereka gunakan. Pasalnya, Indonesia merupakan salah satu negara berkembang di dunia yang mudah terhanyut oleh kehidupan budaya negara-negara makmur (Narawati and Lisnawaty, 2022). Hal inilah yang paling besar pengaruhnya terhadap generasi muda Indonesia yang memiliki budaya Korea.

Hal tersebut telah disebutkan oleh Wicaksono dkk. (2021) bahwa munculnya Korean

Wave juga berdampak pada fashion yang dikenakan remaja saat ini. Pengaruh luar biasa budaya K-pop yang tersebar luas di seluruh negeri memberikan dampak signifikan terhadap sektor fesyen Korea Selatan yang berkembang pesat. Hal ini merupakan fenomena yang tersebar luas yang didorong oleh media sosial dan popularitas selebriti lokal, yang pada akhirnya menyebabkan penerimaan konsumen. Fenomena ini disebut sebagai "K-Wave". Kecepatan pergerakan fesyen Korea kini tidak tertandingi (Nurcaya, 2021). Seperti disebutkan sebelumnya, komponen utama yang perlu dipertimbangkan adalah kekuatan budaya K-pop dan selebriti. Sebab, merekalah yang menjadi penggerak konsumen lokal untuk berfashion sendiri.

Pola perilaku konsumen dapat dipecah menjadi empat aspek berbeda. Yang pertama adalah terpenuhinya keinginan, yaitu perasaan senang yang tiada habisnya dan semakin bertambah dengan K-pop. Artinya konsumen terus-menerus menginginkan lebih untuk memuaskan rasa bahagiannya, meskipun mereka tidak membutuhkannya. (Sari & Handayani, 2020); (b) barang yang berada di luar jangkauan, artinya individu akan terus mencari kepuasan dengan terus membeli barang terbaru dari produk K-pop (Fahirra & Andjarwati, 2022); (c) barang tidak produktif, artinya penggunaan barang K-pop secara berlebihan menyebabkan konsumsi menjadi tidak jelas, dan barang menjadi tidak produktif atau tidak penting; (d) status, artinya individu memiliki barang K-pop hanya untuk memuaskan impiannya dan mencapai suatu status melalui aktivitas atau barang yang tidak memenuhi kebutuhannya (Irvani et al., 2022).

Hanny Fahira dan rekan (2022) melakukan penelitian terhadap 187 prajurit Tentara Nasional Indonesia (ARMY) yang telah membeli album BTS dan mendengarkan lagu-lagu BTS setidaknya selama sebulan sebelumnya. Usia rata-rata peserta adalah antara 16 dan 35 tahun. Menurut penelitian yang dilakukan terhadap ARMY Indonesia, popularitas Korean Wave dan gaya hidup hedonistik mempunyai pengaruh yang baik dan besar terhadap pilihan membeli album resmi BTS. Variabel Korean Wave mempunyai pengaruh yang menguntungkan dan besar terhadap pilihan untuk membeli album resmi BTS, setidaknya sampai batas tertentu. Begitu pula dengan variabel gaya hidup hedonis yang mempunyai pengaruh positif dan besar terhadap pilihan pembelian album resmi BTS. Pengaruh ini sebagian menguntungkan.

Menurut Brandon dan Forney yang dikutip dalam Simanjuntak dkk. (2022), gaya hidup berasal dari keyakinan mendasar individu yang menjadi landasan perilaku pembelian seseorang. Gaya hidup juga bisa menjadi cerminan tren dan mode pakaian seseorang, seperti yang terjadi pada remaja. Berkenaan dengan apa yang diungkapkan oleh Nufus (dalam Camang, 2021) yaitu bahwa remaja mempunyai kecenderungan mempunyai gaya hidup yang hedonis dan cenderung mempunyai gaya hidup yang mewah, serta sering dijumpai mempunyai kebiasaan lebih memilih untuk "nongkrong" di kehidupan malam, hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan. tempat yang setara dengan kafe. Selain itu, juga dapat dilihat dari cara mereka berpakaian dan cara mereka menjalani kehidupan.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka tujuan peneliti memilih istilah ini adalah karena peneliti mengetahui fenomena invasi budaya Korea yang saat ini memberikan pengaruh signifikan terhadap fashion yang diciptakan anak muda dengan pesat. Dalam kapasitas kami sebagai akademisi, kami berpandangan bahwa Korean Wave atau kebudayaan Korea berdampak pada kebudayaan Indonesia, khususnya dalam bidang fashion. Budaya Korea tidak hanya berdampak pada industri fashion, namun juga berpotensi berdampak pada perekonomian. Pasalnya, dalam industri fashion, barang-barang tersebut dapat dibeli dan dijual secara bebas, dan kini dapat diduplikasi dalam waktu yang singkat. Kajian ini juga dapat memberikan rekomendasi dan gagasan kepada pihak-pihak terkait, seperti pemerintah, akademisi, praktisi, dan masyarakat, tentang bagaimana mengelola dan memanfaatkan budaya populer Korea sebagai sumber daya dan potensi yang dapat meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat desa Karangbong.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif melibatkan pendekatan fenomenologi milik Jean Paul Baudrillard terhadap individu atau kelompok

masyarakat, dalam hal ini yang dimaksud adalah pola hidup konsumsi. Tempat penelitian dilakukan di Jalan Surowongso, Desa Karangbong, Kecamatan Gedangan, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Adapun waktu pelaksanaan penelitian dilakukan pada bulan September 2024. Kemudian sumber data berupa dokumen dan informan, dokumen sebagai sumber data sekunder meliputi foto dokumentasi pengamatan dan artikel-artikel yang meneliti tentang budaya korean wave dan pola kehidupan konsumsi yang membawa pengaruh gaya hidup seseorang maupun masyarakat. Data yang disajikan berupa data budaya populer k-pop dan korean wave terhadap perubahan pola gaya hidup serta konsumsi masyarakat.

Dalam menentukan subjek penelitian atau informan, peneliti menentukannya dengan menggunakan teknik purposive sampling, di mana teknik ini digunakan untuk menentukan subjek penelitian melalui pertimbangan-pertimbangan tertentu sehingga subjek yang dipilih dapat memberikan informasi yang terpercaya sesuai dengan fokus penelitian yang diteliti. Peneliti menggunakan teknik purposive sampling karena hal ini dapat mempermudah peneliti dalam menggali data atau informasi yang konsisten.



Gambar 1 Peta Wilayah Desa Karangbong

Adapun dalam proses pengumpulan data, peneliti menggunakan empat teknik pengumpulan data yaitu studi kepustakaan, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini juga menggunakan teknik analisis data, dengan menggambarkan dan menganalisis data yang kemudian disusun dalam bentuk kalimat. Setelah data yang diperoleh terkumpul, langkah yang dilakukan adalah selanjutnya yaitu pengolahan dan mengimplementasikan data dalam penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesuai dengan fokus penelitian yang diteliti, maka pada bagian ini akan disajikan pembahasan tentang dinamika budaya populer k-pop dan korean wave terhadap perubahan pola konsumsi dan gaya hidup masyarakat desa yang kemudian dibahas dengan membandingkan teori yang relevan dan penelitian terdahulu.

Pengaruh Korean Wave Terhadap Dinamika Perubahan Gaya Hidup Di Kalangan Masyarakat

Desa Karangbong merupakan sebuah desa di wilayah Kecamatan Gedangan, Kabupaten Sidoarjo, Provinsi Jawa Timur. Desa ini memiliki luas 197.782 km² dan jumlah penduduk 5365 jiwa. Desa ini berbatasan dengan beberapa desa lain, seperti Keboan Anom, Tebel, Banjarkemantren, Buduran, Keloposepuluh, dan Sukodono. Fenomena "Korean Wave" atau dikenal dengan Hallyu lahir dari diterimanya kehadiran budaya K-Pop oleh masyarakat yang bertempat tinggal di pedesaan. Dampak dari fenomena ini dapat kita lihat dalam kehidupan sehari-hari, khususnya di kalangan remaja, dan merupakan fenomena yang sering kita jumpai di masyarakat. Ini adalah awal dari modernisasi dan globalisasi media arus utama dan sektor ekonomi, yang keduanya berkontribusi terhadap terbentuknya kesulitan ini. Pusat ritel, industri fashion, industri real estate, industri hiburan, industri makanan, dan sektor lainnya merupakan contoh bisnis baru yang kini sedang berkembang. Selanjutnya adalah perkembangan gaya hidup yang menjadi acuan masyarakat, baik yang positif maupun negatif, up-to-date atau out of date . Baik pria

maupun wanita dipengaruhi oleh cara mereka menjalani hidup dan apa yang mereka kenakan (Jannah, Khoirunnisa and Faristiana, 2023).

Korea Selatan dikenal sebagai negara yang dianggap sebagai pembawa Gelombang Korea, juga dikenal sebagai Hallyu, di seluruh negeri. Berasal dari negeri ginseng, nama "Hallyu" mengacu pada budaya populer di seluruh dunia. Ini adalah kata yang menyinggung semakin populernya budaya pop Korea Selatan di seluruh dunia. Gelombang Korea telah menjadi bahan diskusi selama beberapa waktu, namun dampak Hallyu semakin meluas seiring dengan kemajuan teknologi. Budaya populer Korea merupakan produk hibrida budaya yang memadukan tradisi Korea dalam bentuk musik, drama, dan sinema. Itu adalah ciptaan orang Korea. Selama beberapa dekade terakhir, industri musik dan teater telah mengalami ekspansi yang luar biasa, sehingga menarik perhatian penonton di seluruh dunia (Alam, Sandung and Awaru, 2023).

Segala bentuk media massa mempunyai potensi untuk mewujudkan industrialisasi. Budaya ini sering kali diserap oleh media massa, sehingga memungkinkan munculnya budaya massa atau budaya pop. Hal ini membuka pintu bagi potensi media massa. penyebab tambahannya termasuk teman-teman pecinta K-pop dan yang memperkenalkan K-pop kepada penggemar Korea. Ada banyak variabel tambahan. Mereka belajar tentang musik pop Korea melalui media sosial, di mana mereka diperkenalkan oleh orang lain di lingkungan terdekat mereka. Cara hidup orang-orang yang menyukai budaya pop Korea dapat digolongkan sebagai subkultur. Menurut Sari dan Sadewo (2015), fashion yang ditampilkan di panggung hiburan merupakan representasi dari pakaian tradisional Korea yang menjadi tempat kiblat para pecinta fashion Korea.

Berdasarkan hasil wawancara dengan saudara Taufiq, beliau mengatakan bahwa korean wave dikatakan pengaruh budaya korea yang mempengaruhi pola hidup manusia yang memiliki kesukaan terhadap budaya korea, hal yang paling terpengaruh pada korean wave terhadap dinamika perubahan gaya hidup saya adalah outfit atau gaya berpakaian yang sebagian besar meniru dari cara berpakaian orang korea. lalu, minat terhadap genre musik korea (kpop) yang memiliki warna sendiri dibanding genre musik yang lain. selain itu, aspek sosial juga terpenuhi karena telah memiliki banyak teman yang sama terpengaruh oleh budaya korea. beberapa penggemar budaya kpop memang ada yang fanatik. Namun, masih banyak penggemar kpop yang hanya sekedar suka lagu atau suka artisnya saja. bahkan, ada yang hanya menjadi casual listeners. Kalau saya dikatakan terlalu konsumsi dalam budaya korea sebenarnya tidak terlalu, tapi saya selalu berusaha untuk kontrol diri dan tetap realistis. Misalnya, untuk membeli album atau merchandise, saya selalu nabung dulu dan memastikan kebutuhan utama sudah terpenuhi. Saya tidak mau sampai berhutang atau maksa minta uang ke orang tua Cuma buat beli barang-barang K-Pop. Soal fanatik saya lebih suka nyebutnya sebagai penggemar yang passionate. Saya memang suka dan mengikuti perkembangan idol group favorit, tapi tidak sampai yang toxic atau blindly following. Saya tetap bisa bedain mana yang bisa ditiru dan mana yang tidak. Misalnya, saya suka fashion mereka tapi tetep disesuaikan sama budaya Indonesia dan kantong sendiri. Yang paling penting, saya tidak merasa Korean Wave ini mengubah identitas asli saya sebagai orang Indonesia. Malah menurut saya, dengan menyukai budaya Korea, saya jadi lebih appreciate sama keberagaman budaya. saya jadi belajar gimana caranya mengambil hal-hal positif dari budaya lain tanpa harus kehilangan jati diri sendiri.



Gambar 2 Saudara Taufiq, seorang mahasiswa yang menyukai korean wave

Hasil wawancara lain didapatkan juga dari saudari Roihana yang tinggal di desa Karangbong, beliau mengatakan bahwa saya belajar tentang Korean wave dari teman-teman saya yang tidak hanya tertarik dengan budaya Korea tetapi juga suka memilikinya. Saat di rumah atau kuliah, mereka sering menonton drama Korea dan mendengarkan lagu-lagu bergenre K-pop. Selain itu, saya terpesona dengan drama Korea dan musik K-pop karena semua genre ini memiliki narasi yang menawan dan lagu-lagu yang menarik. Setelah itu, saya mulai belajar bahasa Korea agar bisa memahami sinetron dan musik Korea yang saya dengarkan. Selain itu, saya juga mengembangkan minat yang lebih besar terhadap hal-hal Korea, seperti film, drama, dan lagu-lagu dari boyband dan girlband. Setiap kali saya membeli barang atau tiket konser mereka, saya sering menghabiskan banyak uang.



Gambar 3 Saudari Roihana, seorang mahasiswi yang menyukai korean wave

Hasil wawancara lain juga didapatkan dari saudari Veby, beliau mengatakan bahwa Korean Wave merupakan fenomena penyebaran budaya Korea Selatan yang mencakup berbagai aspek seperti kultur, bahasa, drama, variety show, kuliner, dan musik K-pop. Perkembangan Korean Wave sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi digital. Sebelum era digital, akses terhadap konten Korea sangat terbatas. Informasi hanya bisa didapat melalui majalah atau media cetak. Namun sekarang, berkat perkembangan teknologi, penggemar dapat dengan mudah mengakses informasi real-time tentang idola mereka, mulai dari kegiatan wajib militer hingga kehidupan pribadi artis. Platform digital seperti Netflix dan Viu juga mempermudah akses ke drama Korea. Begitu juga dengan musik K-pop yang kini mudah diakses melalui platform streaming musik. Perkembangan ini terlihat jelas sejak era Generasi Ketiga K-pop (EXO, BTS, BLACKPINK) yang berhasil mencapai kesuksesan global berkat dukungan teknologi digital. Pengaruh Korean Wave terhadap perubahan gaya hidup saya sebenarnya tidak terlalu signifikan. Namun, ada beberapa aspek yang terpengaruh, seperti cara berpakaian dimana saya menjadi lebih memahami bagaimana mengkombinasikan pakaian (mix and match outfit) dengan lebih baik. Selain itu, saya juga mulai menggunakan beberapa kata dalam bahasa Korea dalam percakapan sehari-hari, seperti "annyeonghaseyo" (halo), "mian" (maaf), dan "kamsahamnida" (terima kasih). Dulu saya memang cukup terpengaruh dengan budaya Korea, terutama dalam hal kebiasaan makan. Saya sering menggunakan sumpit untuk makan nasi atau mie, meskipun karakteristik nasi di Asia Tenggara berbeda dengan nasi di Asia Timur. Nasi di Korea memang lebih mudah dimakan dengan sumpit dibandingkan dengan nasi lokal yang teksturnya berbeda (pengecualian untuk nasi seperti di restoran HokBen). Namun sekarang,

tingkat kefanatikan saya sudah jauh berkurang dibandingkan dulu, dan saya lebih bisa menyesuaikan dengan budaya lokal.



Gambar 4 Saudari Veby, seorang mahasiswi yang menyukai korean wave

Tingkat penerimaan yang lebih besar terhadap budaya Korea atau gelombang Korea dapat dilihat di Indonesia. Salah satu aspek budaya Korea yang dianut oleh masyarakat di pedesaan, khususnya generasi muda adalah tren fashion yang berasal dari Korea. Salah satu alasan mengapa fesyen Korea dipercaya unik adalah karena fesyen ini memadukan warna-warna cerah pada pakaiannya dan mudah menyatu dengan warna tubuh dan kulit orang Asia. Karena keunikan dan orisinalitas budaya pop Korea, khususnya tren fesyen Korea, maka generasi muda tertarik untuk meniru budaya tersebut. Fenomena umum yang terjadi di kalangan remaja adalah mereka cenderung mengidentifikasi diri dengan seseorang yang mereka anggap sebagai idolanya. Oleh karena itu, ketika anak muda menyukai seorang idola, seperti artis, mereka cenderung berpakaian dengan cara yang mirip dengan idolanya. Jika dilihat dari sudut ini, mereka sepertinya tak lebih dari peniru karakter idola K-pop yang memiliki ciri khas serial televisi Korea. Dalam hal ini, kita bisa mengungkapkan rasa terima kasih kepada orang-orang yang memberikan perhatian lebih besar pada detail dari sang idola dan yang penampilan keseluruhannya sebanding dengan kepribadian sang idola yang ditampilkan di sampulnya. Sebaliknya, bagi individu yang tidak ingin terlalu memperhatikan fitur-fitur tertentu yang sedang digunakan. Sebaliknya jika dianggap lebih trendy dan tetap mengarah pada gaya fesyen karakter idola Korea, namun mengabaikan detail yang digunakan, maka bisa dibilang cukup efektif, padahal sebenarnya itu adalah hal yang baik. tidak begitu dihargai (Soraya, 2013).

Ada beberapa remaja yang mengatakan bahwa mereka telah menggunakan tabungannya untuk membeli aksesoris Korea; Namun, ada juga yang mengaku meminta dana tambahan kepada orang tuanya karena harganya yang mahal. Saat menerapkan gaya busana Korea Kaparang (2013), mereka mengakui ada tren tertentu yang tidak sesuai dengan budaya Indonesia. Namun mereka mengklaim bahwa hal ini bukan masalah besar karena mereka selalu berupaya untuk mematuhi prinsip-prinsip Indonesia dan tetap berada dalam batas-batas pedoman.

Perubahan Pola Konsumsi Remaja Penggemar Budaya Pop Korea

Menurut Kim Kyoungwha, Peneliti Senior di Pusat Studi Perdagangan dan Kerja Sama Asosiasi Perdagangan Internasional Korea (KITA), yang berkontribusi dalam pemberitaan cnbcindonesia.com, ada sejumlah faktor yang berkontribusi terhadap persepsi Korea Selatan terhadap Indonesia sebagai negara penting. mitra dalam berinvestasi. Diantaranya adalah basis pelanggan domestik yang luas menjadi salah satu alasannya. Penjelasan mendasarnya adalah Korea Selatan mempunyai filosofi tersendiri yang diperkirakan akan menyebar ke seluruh dunia. Penjelasan ini dimungkinkan oleh meluasnya daya tarik budaya pop Korea. Sebagian masyarakat Korea Selatan percaya bahwa budaya populer dari Amerika Serikat merupakan tanda kebebasan bagi negaranya. Tentara Amerika bertanggung jawab memperkenalkan rock 'n' roll, spam, dan baseball ke Korea Selatan. Ketiga genre musik ini identik dengan kebebasan bagi masyarakat Korea Selatan, karena semuanya dikaitkan dengan kemerdekaan dari Jepang dan komunisme. Waktunya telah tiba bagi Korea untuk

mengambil inisiatif. Korea menggunakan budaya populer sebagai sarana untuk menghasilkan sumber kekayaan baru, menyatukan masyarakat, dan mengembangkan barang yang dapat diekspor untuk membantu penyebaran budaya Korea ke seluruh dunia (Made et al., 2023).

Korea Selatan, yang terinspirasi oleh keuntungan yang diperoleh Amerika Serikat melalui penjualan film-filmnya dan Inggris melalui penjualan konser musiknya, muncul dengan sebuah konsep dan memanfaatkan kedua negara ini sebagai tolak ukur dalam penciptaan sektor budaya populer Korea. Melalui fenomena yang dikenal dengan Korean Wave, Korea Selatan berhasil mengeksport benda-benda budaya terkenalnya ke negara lain di seluruh dunia. Ada beragam benda budaya Korea yang mulai mendapatkan popularitas di kalangan masyarakat di seluruh dunia, khususnya kaum muda. Produk-produk ini mencakup hal-hal seperti drama Korea, film, musik, fesyen, masakan, dan kosmetik, serta cara hidup orang Korea. Perwujudan paling jelas dari hal ini adalah produk budaya musik populer yang terkadang disebut sebagai K-Pop. Saat ini banyak anak muda khususnya remaja di Kota Denpasar yang sedang antusias dengan musik dan tarian K-Pop. Video musik dialirkan, cover dance K-Pop dibawakan, dan videonya diunggah ke berbagai platform media sosial. Selain itu, mereka juga membeli berbagai produk, antara lain CD, photocard, souvenir resmi, bahkan tiket konser untuk menyaksikan artis favoritnya tampil secara langsung.

Gaya hidup yang tercermin dalam simbol-simbol tertentu, seperti merek yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari, dan segala sesuatu yang berhubungan serta dapat menunjukkan status sosial yang tinggi merupakan hal yang biasanya akan coba disesuaikan oleh remaja yang memiliki kecenderungan gaya hidup hedonis. remaja menyesuaikan diri dengan status sosial kaum hedonis, seperti yang diungkapkan Hani. Menurut Anggraini dan Santhoso (2019), hasil yang diinginkan masyarakat, khususnya di kalangan remaja yang mengikuti tren, adalah tercapainya penerimaan oleh lingkungan sosialnya. Hal ini terutama berlaku di kalangan remaja yang mengikuti tren.

Berdasarkan hasil wawancara dengan saudari Putri, warga Desa Karangbong, ia mengungkapkan bahwa saya praktis mengonsumsi semua bentuk media yang berhubungan dengan K-pop. Bentuk media ini antara lain musik, video, majalah, buku, dan internet. Saya juga sering membeli produk-produk yang berhubungan dengan musik pop Korea, seperti kaset, poster, kaos, gantungan kunci, dan sebagainya. Hobi saya yang lain adalah mengoleksi photocard, yaitu yang memuat foto-foto anggota boyband atau girlband dan sering ditemukan di album. Memiliki benda-benda ini dalam koleksi saya membuat saya merasa lebih terhubung dengan orang-orang yang saya kagumi. Ketika saya bisa memamerkan koleksi saya kepada teman-teman yang juga penggemar K-pop, saya merasakan kebanggaan dan kebahagiaan. Karena saya sangat tertarik dengan K-pop, terkadang saya menemukan diri saya berada dalam situasi yang menantang atau bertentangan. Misalnya, suatu kali saya terlalu boros dalam membeli merchandise K-pop sehingga saya cepat kehabisan uang. Selain itu, aku berselisih paham dengan orang tuaku karena mereka yakin aku terlalu terpesona dengan K-pop dan mengabaikan pelajaranku.



Gambar 5 Saudari Putri, seorang mahasiswa yang memiliki kecenderungan gaya hidup hedonis

Hasil wawancara lain didapatkan juga dari saudara Ferdiansyah, beliau mengatakan bahwa korean wave adalah istilah yang diberikan untuk penyebaran budaya populer korea melalui produk-produk hiburan seperti drama, musik, style. Dari pengaruh korean wave ini

saya lebih mengerti fashion, menemukan hobby baru yaitu dance dan dapat memperluas pengetahuan saya tentang musik. Kemudian dengan menyukai budaya kpop ini saya mulai mengerti budaya korea seperti makanan tradisional/khas dari korea sehingga memiliki keinginan untuk mencoba masakan tersebut atau juga bisa membuatnya sendiri.



Gambar 6 Saudara Ferdiansyah, masyarakat desa yang menyukai korean wave

Hasil wawancara lain juga didapatkan dari saudari Bisya, beliau mengatakan bahwa korean wave yaitu istilah yang merujuk fenomena global dimana budaya Korea ramai digemari banyak orang, melalui musik, produk makanan minuman, skincare, dll. Korean wave sendiri memiliki pengaruh yang cukup besar dalam kehidupan saya pribadi terutama dalam urusan merawat wajah dengan skincare Korea. Juga kesenangan dalam musik dan film baru dari idol K-pop dan K-drama. Menyukai K-pop memang membuat saya menjadi lebih selektif memilih produk dan hiburan. Saya sering membeli merchandise seperti photocard dan mendengarkan beberapa lagu-lagu K-pop untuk mendukung idola saya. Untuk fanatik sepertinya tidak, karena dengan menyukai idol K-pop saya cenderung lebih ke apresiasi daripada obsesi.



Gambar 7 Saudari Bisya, seorang mahasiswi yang menyukai korean wave

Penelitian yang dilakukan Rosandi (yang dimuat di Sukarno dan Indrawati, 2020) terhadap mahasiswa Universitas Katolik Atma Jaya menemukan bahwa terdapat variasi perilaku konsumen tergantung pada jumlah uang jajan yang mereka miliki. Banyaknya uang jajan yang Anda miliki, entah banyak atau sedikit, kemungkinan besar akan berpengaruh pada cara Anda berbelanja. Menurut perspektif Kotler dan Armstrong yang menyatakan bahwa ciri-ciri sosio-ekonomi seseorang akan berdampak pada perilaku konsumsi seseorang, temuan ini konsisten dan mendukung dalil mereka.

Di Indonesia, masa globalisasi telah membawa perubahan pada budaya lokal, yang keberadaannya merupakan akibat dari nilai-nilai esensial yang diasosiasikan dengan budaya tersebut. Pada saat ini, mulai muncul budaya tandingan dari kumpulan kepercayaan budaya yang diturunkan dari satu generasi ke generasi berikutnya dalam bentuk kearifan lokal. Teori Sinkronisasi Kebudayaan yang dikembangkan oleh Hamelik pada tahun 1983 menyatakan bahwa "lalu lintas produk budaya berlangsung satu arah dan pada dasarnya dalam keadaan sinkroni". Aspek-aspek khas budaya Indonesia telah berkembang selama berabad-abad, namun dengan cepat digantikan oleh budaya-budaya dari negara-negara lain, yang keunggulannya tidak terlalu terlihat. Anehnya, hal ini terjadi pada saat perkembangan teknologi komunikasi semakin pesat, sehingga memudahkan kita untuk terlibat dalam pertukaran budaya. Lebih lanjut Hamelink menyebutkan, belum pernah terjadi situasi lalu lintas yang hanya berjalan satu arah pada saat terjadinya benturan peradaban seperti yang

kita saksikan saat ini. Hal ini sebagian besar disebabkan karena pada kenyataannya konflik budaya merupakan jalan dua arah, dimana budaya yang satu dan budaya yang lain saling mempengaruhi dan selanjutnya melahirkan budaya baru yang lebih beragam. Konfrontasi antar peradaban yang hanya berjalan satu arah akan merusak budaya yang pasif dan lemah (Warga et al., 2023)

Tingkat pengetahuan generasi muda mengenai perlunya melestarikan budaya lokal masih relatif rendah. Saat ini, generasi muda lebih menyukai budaya asing karena lebih kekinian dan lebih aplikatif. Hal ini tidak berarti dilarangnya memeluk budaya asing; sebaliknya, banyak budaya dari negara lain yang tidak sejalan dengan kepribadian negara tersebut. Gaya hidup konsumeris mereka yang lebih menghargai barang-barang Korea dibandingkan produk lokal merupakan mentalitas yang tidak mewakili karakter masyarakat Indonesia. Ketika penggemar kpop membeli barang-barang kpop dalam jumlah besar, seperti CD, tiket konser, fansign, dan barang-barang serupa lainnya, yang mungkin dianggap agak mahal, sering kali ini merupakan indikasi bahwa mereka memiliki gaya hidup yang ditandai dengan konsumsi berlebihan.

KESIMPULAN

Dari apa yang telah dibahas diatas , dapat diambil kesimpulan bahwa fenomena Korean wave sudah tidak bisa dihindari lagi oleh masyarakat Indonesia. Karena pesatnya kemajuan teknologi, kini lebih mudah bagi siapa pun untuk mengakses pengetahuan dan langsung terpengaruh oleh budaya dari negara lain. Salah satu peradaban tersebut adalah Korean Wave. Gelombang Korea telah dimulai dan sangat erat kaitannya dengan dunia hiburan. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa musik, drama, dan bentuk hiburan lainnya berpadu dengan sangat baik untuk menggambarkan budaya Korea. Karena mereka masih remaja, mereka melihat ada manfaatnya mengikuti tren budaya. Hasilnya, mereka mempunyai nilai yang lebih besar di kalangan remaja lainnya dan mampu menampilkan diri mereka lebih menonjol di kalangan individu penganut budaya Korea lainnya. Akibat meningkatnya permintaan dan penjualan produk fesyen Korea, manfaat kedua adalah meluasnya perekonomian usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia. Namun, selain memiliki sejumlah manfaat, pengenalan budaya fesyen Korea ke Indonesia juga memiliki sejumlah kelemahan. Salah satu kelemahannya adalah remaja Indonesia belum memiliki ketertarikan yang kuat terhadap budaya fesyen Indonesia yang meliputi kain tradisional, pakaian adat, dan aksesoris tambahan yang dikenakan di kepala, leher, dan pergelangan tangan. Kerugian kedua adalah remaja Indonesia mengembangkan rasa kewajiban yang lebih besar untuk mengikuti tren budaya Korea, yang mungkin mengakibatkan mereka menjadi lebih hedonistik atau menghabiskan lebih banyak uang untuk budaya Korea.

Usulan penulis yang berdasarkan informasi tersebut adalah terkait dengan pokok bahasan pengaruh Korean wave terhadap pola berpakaian remaja di Indonesia. Generasi muda masa depan bangsa diharapkan mampu mempertahankan prinsip-prinsip nasionalis dan menjaga pola pikir patriotik meskipun membanjirnya budaya asing. Hal ini dilakukan agar budaya Indonesia dan nilai-nilai yang sudah penting bagi negara tidak hilang akibat kehadiran tersebut. budaya dari negara lain Generasi muda bisa menjaga mentalitas nasionalisme dengan cara menjaga nama baik Indonesia baik saat bertemu atau berteman dengan orang dari negara lain. Selain itu, generasi muda mempunyai kemampuan dalam mempromosikan fashion berbasis gaya pakaian tradisional seperti batik baik di tingkat nasional maupun internasional.

Kekurangan pada penelitian ini terletak pada kurangnya perspektif generasional, penelitian ini belum mempertimbangkan perbedaan dampak budaya populer K-pop dan Korean Wave pada berbagai kelompok usia atau generasi. Sebaiknya ada analisis mendalam tentang bagaimana tren ini mempengaruhi pola konsumsi dan gaya hidup di antara generasi muda, orang tua, dan lansia. Kemudian saran untuk penelitian selanjutnya terapkan perspektif generasional seperti kelompok usia pekerja atau orang tua dan lansia yang menggemari budaya K-Pop terutama korean wave agar dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, W.M., Sandung, C.L. and Awaru, A.O.T. (2023) 'The Influence of the Korean Wave on the Dynamics of Multiculturalism Among Indonesia ' s Young Generation Pengaruh Korean Wave terhadap Dinamika Multikulturalisme di Kalangan Generasi Muda Indonesia', 2(1), pp. 1-12.
- Anshori, Isa. 2018. "Melacak State Of The Art Fenomenologi Dalam Kajian Ilmu-Ilmu Sosial Isa Anshori Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Jl. Ahmad Yani No. 117, Jemur Wonosari Surabaya, Paradigma Fenomenologi (Phenomenology) Merupakan Salah Satu Teori Dari Paradigma." Halaqa: Islamic Education Journal 2 (2): 165-81. <https://doi.org/10.21070/halaqa>.
- Anwar, R.P. (2014). The Effect of Korean Wave on Young Generation and Creative Industry in Indonesia. Masyarakat Modern dan Multikulturalisme, 4(2), 65-89.
- Ciptaningtyas, P., & Prasetyo, A. R. (2022). Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Merchandise Pada Remaja Penggemar Grup K-Pop Nct (Neo Culture Technology) Di Indonesia. Jurnal Empati, 11(6), 381-385. <https://doi.org/10.14710/Empati.0.36826>
- Damayanti, S. (2022). Pengembangan Panduan Model Teknik Self Control Untuk Mengurangi Perilaku Konsumtif Remaja Penggemar K-Pop. Universitas Nahdlatul Ulama Sunan Giri. <https://repository.unugiri.ac.id/id/eprint/2079>
- Handayani, K. T. (2020). Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap K-Pop Pada Mahasiswa Uin Suska Riau. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Hong, E. (2014). Korean Cool Strategi Inovatif di Balik Ledakan Budaya Pop Korea. (Y. Saputri (ed.). Bentang.
- Jannah, S.R., Khoirunnisa, Z. and Faristiana, A.R. (2023) 'PENGARUH KOREAN WAVE DALAM FASHION STYLE', 1(3).
- Kaparang, O. M. (2013). Analisa Gaya Hidup Remaja Dalam Mengimitasi Budaya Pop Korea Melalui Televisi. Journal "Acta Diurna", II(2), 1-15.
- Khairat, M., Yusri, N. A., & Yuliana, S. (2019). Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi. Al-Qalb : Jurnal Psikologi Islam, 9(2), 130-139. <https://doi.org/10.15548/Alqalb.V9i2.861>
- Lidwina Andrea. (2021). Korean Wave Dorong Orang Indonesia Beli Produk Korea Selatan. Diakses pada 5 Juni 2023. Dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/08/korean-wave-dorong-orang-indonesia-beli-produk-korea-selatan>
- Lutviah. (2012). Pengaruh K-Pop Terhadap Identitas Budaya Remaja Perempuan Di Indonesia. Jurnal Komunika, 1.
- Made, N. et al. (2023) 'Pengaruh Budaya Pop Korea terhadap Gaya Hidup Remaja di Kota Denpasar, Bali', 2(2), pp. 162-170.
- Narawati, P.C. and Lisnawaty, R.Y. (2022) 'Pengaruh Korean Waves Terhadap Fashion Remaja Indonesia', pp. 138-153. Available at: <https://doi.org/10.11111/nusantara.xxxxxxx>.
- Pujaastawa. 2017. Pariwisata sebagai Representasi Globalisasi dan Budaya Posmodern. Pustaka Larasan. Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Udayana
- Putri, R. E., Sutieman, E., Noy, I. R., Marihi, L. O., & Pattiasina, V. (2022). The Influence Of Financial Literacy, Self-Control And Parents's Socio Economic Status On Students Consumptive Behavior. Public Policy (Jurnal Aplikasi Kebijakan Publik & Bisnis), 3(2), 125-140. <https://doi.org/10.51135/Publicpolicy.V3.I2.P125-140>
- Putri, V.K., & Reese, M. (2016). The Impact Of 'Korean Wave' On Young Indonesian Females And Indonesian Culture In Jabodetabek Area. Business And Management Studies Journal, 3(2), 35-53.
- Simanjuntak, F. A., Hambali, H., & Primahardani, I. (2022). Studi Tentang Dampak Korean Wave Dalam Gaya Hidup Mahasiswa Universitas Riau. Journal Of Science And Education Research, 1(2), 19-22. Copyright @ Ira Putri Tanjung Nancy Naomi Aritonang <https://jurnal.insanmulia.or.id/index.php/jser/article/view/18>
- Soraya, V.A. (2013). Pengaruh Budaya K-Pop Terhadap Sikap Remaja Surabaya (Studi Deskriptif Kuantitatif Tentang Pengaruh Budaya K-Pop di Televisi Terhadap Sikap Remaja di Kota Surabaya). Skripsi: UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR.
- Sukarno, N. F., & Indrawati, E. S. (2020). Hubungan Konformitas Teman Sebaya Dengan Gaya Hidup Hedonis Pada Siswa Di Sma Pl Don Bosko Semarang. Jurnal Empati, 7(2), 710-715. <https://doi.org/10.14710/Empati.2018.21702>
- Syamsuddin, L., & Akuba, S. Y. (2022). Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Di Komunitas Penggemar K-Pop Army Gorontalo. Elsia: Jurnal Psikologi Manusia, 1(1), 16-23.
- Tanjung, I.P. et al. (2023) 'Hubungan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Penggemar K-Pop di Kota Medan', 3, pp. 7361-7373.
- Warga, N. et al. (2023) 'Pengaruh Nilai Modern Contemporary Korean Wave Terhadap Kebudayaan', 3(1), pp. 1-9.
- Widodo, H. P. (2021). The Korean Wave and identity politics in Indonesia: Between acceptance and resistance.

Globalizations, 18(4), 618-633. doi:10.1080/14747731.2020.1769

Won So. 2020. Distribution of K-pop views on YouTube Worldwide as of June 2019, by country. Statista. Diakses dari <https://www.statista.com/statistics/1106704/south-korea-kpop-youtube-views-by-country> pada 12 September 2020

Zahra, F., Mustaqim, N., & Hendra, M. D. (2020). Kekuatan Media Digital Pada Pembentukan Budaya Populer (Studi Pada Komunitas Moarmy Pekanbaru). *Komunikasiana: Journal Of Communication Studies*, 2(2), 109-122.