

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Bangsa Indonesia lahir sebagai negara yang kaya akan sumber daya alam, budaya, suku dan bahasa yang tersebar di seluruh Indonesia. Dari suku-suku tersebut, masing-masing suku mempunyai ciri khas tersendiri. Budaya merupakan hasil dari seni cipta dan karsa dari masyarakat yang sejak dari dulu dan sudah turun–temurun. Setiap daerah terdapat masyarakat yang mempunyai kebudayaan yang berbeda (Irmania et al., 2021). Melimpahnya budaya Indonesia bukan berarti sebagian besar masyarakat akan menyukai budaya tersebut. Ketidaktertarikan masyarakat terhadap budaya lokal yang cenderung kuno dan ketinggalan jaman, apalagi dengan berkembangnya teknologi dan dampak negatif globalisasi, tercermin dari hilangnya kecintaan terhadap produk dalam negeri lokal akibat perkembangan produk luar negeri dan banyak lagi. Masyarakat Indonesia, khususnya remaja, sudah melupakan jati diri keindonesiaannya.

Didukung dengan makin canggihnya teknologi yang semakin maju, masyarakat mempunyai akses yang mudah terhadap apa yang diinginkannya, salah satunya adalah budaya populer atau budaya pop. Budaya pop sering diartikan sebagai budaya yang ringan, menyenangkan, trendi, manusiawi dan cepat berubah. *K Pop* atau Korean Popular yang saat ini sedang populer di kalangan remaja Indonesia.

Dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, dimulailah penyebaran budaya *K-Pop* yang dapat menyebar lebih cepat ke seluruh dunia, termasuk Indonesia. Yang dimaksud dengan budaya Korea disini adalah semua unsurnya merupakan ciri khas Korea, yaitu fenomena menyebarnya budaya Korea ke tingkat dunia yang disebut K-pop atau Hallyu dalam bahasa Korea.

Hallyu atau Korean Wave menumbuhkan fenomena demam Korea yang disebarkan melalui Korean Pop Culture ke seluruh penjuru dunia lewat media massa, dan yang terbesar lewat jejaring sosial dan platform berbagai

video online, yang memungkinkan industri hiburan Korea menjangkau khalayak dunia yang cukup besar. Penggunaan media ini dalam memfasilitasi promosi, distribusi dan konsumsi berbagai bentuk hiburan korea. Gelombang Korea telah menjadi fenomena global yang berpengaruh sejak awal abad 21, dan sangat mempengaruhi budaya kontemporer di berbagai industry media massa, seperti; industri music, industry film, industry televisi dan aspek perilaku berbagai orang di seluruh dunia Istilah Korean Wave sendiri diciptakan di China pada pertengahan 1999 oleh jurnalis Beijing yang terkejut oleh popularitas yang berkembang pesat hiburan dan budaya Korea di Cina. Dari sebuah budaya menjadi sebuah brand image, itulah Korean Wave. Sebuah kampanye yang sangat menarik melalui berbagai macam cara untuk memperkenalkan Negara Korea Selatan (Zakiah et al., 2019).

Sedangkan di Indonesia sendiri perkembangan Kpop dimulai pada tahun 2009 dan berkembang pesat pada tahun 2013. Berkembangnya budaya Pop Korea di Indonesia dibuktikan dengan munculnya "Asian Fans Club (AFC)," yang dapat pula diakses pada <http://www.asfansclub.com> yaitu blog Indonesia yang berisi tentang berita dunia hiburan Korea. AFC didirikan pada 1 Agustus 2009 oleh seorang remaja perempuan bernama Santi Ela Sari. Hal ini dapat dilihat dari data statistik melalui situs Pagerankalexa.com dalam Nasution Rizky, Asian Fans Club adalah situs 'Korean Intertainment' terbesar di Indonesia. Pengunjung Asian Fans Club hampir seluruhnya berasal dari Indonesia, sebagian besar merupakan wanita berusia di bawah 25 tahun yang dapat dikategorikan remaja dan biasanya mengakses internet di rumah maupun sekolah. Jika dilihat dari statistik jumlah pengunjung Asian Fans Club melalui Pagerankalexa.com sampai 20 Oktober 2013, Asian Fans Club telah dikunjungi sebanyak 12.857.543 pengunjung. Ini berarti Asian Fans Club dikunjungi oleh rata-rata 5.864 orang setiap hari (Nasution, 2017).

Hallyu atau gelombang budaya korea telah menjadi kekuatan budaya di Asia dan mulai mengekspor produk budayanya meluas hingga ke Timur Tengah, Eropa, Amerika Selatan, Afrika dan Amerika Utara. Berdasarkan data dari Pemerintah Korea (The Korea Foundation) tentang 'gelombang budaya

korea' seperti dilansir dari The Korea Times, penggemar hallyu atau korean wave di seluruh dunia kini semakin bertambah, dapat ditunjukkan dengan angka yang sudah mencapai hingga 89 juta orang tersebar di 113 negara.

Berdasarkan data dari Pemerintah Korea (*The Korea Foundation*) tentang 'gelombang budaya korea' seperti dilansir dari The Korea Times, penggemar hallyu atau *korean wave* di seluruh dunia kini semakin bertambah, dapat ditunjukkan dengan angka yang sudah mencapai hingga 89 juta orang tersebar di 113 negara. Data pada tahun 2018 pun menunjukkan jumlah penggemar budaya *K-Pop* di seluruh dunia yang mulai meningkat dari 22 persen kini menjadi 89,19 juta dari angka semula 73,12 juta penggemar. Dari jumlah tersebut, terlihat penggemar budaya *K-Pop* tidak hanya tertarik pada musik *K-Pop* saja, melainkan juga tertarik pada produk lain seperti kecantikan, *fashion* dan makanan.

Data juga menunjukkan pada bulan desember 2018 terdapat sebesar 1.843 fan klub *hallyu* yang berada di 113 negara di dunia. Para penggemar *K-Pop* yang tinggal di Asia dan Oceania mendapat jumlah tertinggi yakni 70,59 juta anggota di 457 fan klub, sedangkan Amerika menempati posisi kedua yakni 11,8 juta anggota di 712 fan klub. Selanjutnya penggemar di Eropa yang tercatat sebanyak 6,57 juta anggota di 534 klub, serta Afrika dan Timur Tengah sebanyak 230 ribu anggota di 140 klub.

Ketertarikan remaja Indonesia pada budaya korea berawal dari tahun 2002. Ketika Korea Selatan sukses menyelenggarakan perhelatan sepak bola Piala Dunia, dan dari situlah Korea berhasil melambungkan nama Korea Selatan di dunia. Sebagai tuan rumah pada Piala Dunia saat itu Korea Selatan membuat negara-negara di dunia banyak meliput tentang negara ini. Setelah piala dunia berakhir tidak membuat negara Korea tidak lagi eksis di dunia, justru ini merupakan titik kebangkitan Korea Selatan khususnya sektor budaya dengan tayangan *Bollywood* dan *Telenovela* yang telah masuk sejak tahun 1990-an. Langsung menyambut baik masuknya drama Korea. Keberhasilan drama Korea mengambil hati masyarakat Indonesia terbukti dengan penayangan drama Korea yang berjudul *Endless Love* pada tahun 2002 di



stasiun televisi Indosiar.

Adanya daya tarik dari tren Korea menyebabkan munculnya suatu budaya populer di kalangan remaja. Proses pengimitasian diri menjadi ke korea-korea-an ini akan terus berlanjut, dan dapat identitas remaja sebenarnya. Ancaman budaya asing, budaya pop terutamanya memang bukan hal baru. Budaya pop Amerika lebih dulu merasuk dan mengaburkan identitas generasi remaja. Seakan belum cukup dengan budaya Pop Amerika yang menjadi tantangan untuk eksistensi identitas dan budaya Indonesia pada generasi muda. Sekarang sudah ditambah pula dengan budaya pop Korea. Apalagi sejatinya budaya pop memang cenderung lebih mudah diserap dan diadaptasikan dalam kehidupan sehari-hari. Budaya pop yang sebenarnya hanyalah budaya massa hasil bentukan industri (hiburan, produk) sangat kapitalistik. Digencarkan sedemikian rupa, sangat merayu dan persuasif untuk ditiru dan dicintai (Astiwi Kurniati & Yuhenita, 2017).

Setelah sukses dengan serbuan K-drama, Korea juga menyerbu dunia hiburan lewat musik. Kehadiran *boy band* dan *girl band* yang mengusung genre musik *hip-hop* dan pop ditambah dengan koreografi yang sangat rapi menjadi ciri khas baru industri musik Korea yang telah berhasil membius masyarakat Indonesia, khususnya di kalangan remaja. Dengan bermodalkan wajah tampan dan cantik seniman Korea sangat memperhatikan penampilannya di atas panggung. Aksi panggung dengan menyuguhkan tarian yang bagus membuat seniman dan musisi terkenal Korea di dunia termasuk Indonesia. Masuknya *K-Pop* ke Indonesia diawali dengan munculnya beberapa *girlband* atau *boyband* yang kian populer pada masa itu seperti BoA, BigBang, Super Junior, Wondergirl dan masih banyak lagi. Seiring berjalannya waktu, semakin banyak *girlband* atau *boyband* yang berasal dari Korea Selatan, sebut saja seperti BTS, Twice, Seventeen, Red Velvet, Enhypen, TXT dan masih banyak lagi.

Dampak dari adanya demam Korea atau *Korean Wave* mulailah bermunculan *boy grup* atau *girl grup* yang terinspirasi dari *boy band* dan *girl band* Korea yang sukses di pasar Indonesia, Tidak hanya munculnya *boy band*

dan *girl band*, remaja Indonesia juga sangat fanatik dengan idol yang mereka suka tak jarang remaja Indonesia mengikuti fashion yang digunakan idolanya tersebut bahkan sampai mengoleksi apa saja yang berkaitan dengan idol mereka (Yuliawan & Subakti, 2022).

Mengacu banyaknya jumlah penggemar idol Korea di Indonesia mereka pun membentuk perkumpulan komunitas fandom. Fiske, 1992 dalam Komakoma (2005) memberikan pemahamannya terhadap fandom Menurut Fiske “*Fandom is a feature of popular culture that, Selects from a repertoire of mass produced and mass distributed entertainment and takes them into a culture of a self selected fraction of people*”.

Menurutnya, adalah sebuah fitur budaya pop yang datang dari sebuah pertunjukan hiburan yang diproduksi dan didistribusikan secara massal dan menjadi budaya sebagian kecil orang yang memilihnya. Fans *club* yang di bentuk oleh pencinta korea salah satu contoh fans club atau komunitas adalah Army yang merupakan nama Fans *club* dari *boy band* Korea yaitu BTS, BTS merupakan salah satu grup musik Korea paling populer saat ini. BTS adalah grup vokal pria Korea Selatan yang di bentuk oleh Bighit Entertainment, pada tahun 2013 yang beranggotakan RM, Jin, Suga, J-hope, Jimin, Taehyung dan Jungkook (Hanifa, n.d., p. 4) Tujuan mereka semua membentuk Fans *Club* dan komunitas-komunitas Korea supaya mereka dapat berkumpul dan berkomunikasi satu sama lain dan saling tukar menukar informasi, dan berbagi cerita tentang artis idola mereka.

Layaknya budaya barat atau budaya luar lainnya yang berkembang di Indonesia, setiap budaya baru yang masuk ke Indonesia memiliki dua sisi yang berbeda, ada baik dan buruk, begitu pun budaya Korea atau *K-Pop* itu sendiri. Budaya korea juga memiliki dampak negatif dan positif bagi para remaja Indonesia. Salah satu dampak positif dari budaya korea adalah para remaja Indonesia dapat mengetahui kebudayaan dari negara lain. Adapun dampak negatif dari masuknya budaya korea ke Indonesia adalah adanya beberapa kebiasaan dari Korea yang tidak bisa diterapkan di Indonesia, ditiru oleh para remaja Indonesia. Beberapa dampak positif yang dapat kita lihat adalah:

### 1. Belajar menabung

Para remaja Indonesia yang begitu mencintai kebudayaan Korea pasti akan senang berburu segala hal yang berbau Korea, bahkan tak jarang mereka rela pergi ke Korea hanya sekadar untuk membeli barang asli dari negara tersebut. Tentulah mereka harus menabung untuk bisa pergi dan membeli segala hal yang berhubungan dengan Korea. Selain itu, bagi para penggemar boyband dan girlband Korea, tentu mereka sangatlah ingin menonton konser para boyband atau girlband idola mereka secara langsung, hal ini juga mendorong mereka untuk belajar menabung dan menghemat uang jajan mereka sendiri.

### 2. Menambah teman dan pengalaman

Para remaja yang mencintai musik Korea akan membentuk komunitas yang bernama Kpopers. Biasanya mereka akan membentuk beberapa kelompok sesuai dengan nama boyband atau girlband yang mereka sukai, kelompok ini dinamakan fandom. Mereka bisa saling bertukar informasi, membuat suatu acara pertemuan sesama para Kpopers (fanmeeting), mereka bisa belajar bahasa Korea bersama-sama dan bahkan belajar dance dalam acara fanmeeting tersebut (Ulhaq, 2018).

Adapun dampak negatif munculnya demam Korea di Indonesia adalah sebagai berikut:

#### 1) Perilaku hidup boros

Para remaja yang begitu terobsesi kepada musik K-pop, drama Korea, bahkan produk-produk yang berasal dari Korea, membuat mereka mengeluarkan banyak uang hanya untuk sekadar membeli DVD, menonton konser, dan pergi ke Korea hanya untuk berburu barang-barang asli Korea. Meskipun mereka menabung untuk mendapatkan barang-barang tersebut, namun hal itu juga bukanlah hal yang baik karena uang yang begitu banyak dikumpulkan terbuang sia-sia hanya untuk sesuatu yang tidak perlu.

#### 2) Munculnya Fanwar

Setiap orang mempunyai selera musik yang berbeda. Karena ada perbedaan selera musik atau perbedaan suatu kegemaran itulah yang membuat



masing-masing fandom pasti juga mempunyai antis atau orang yang tidak menyukai suatu boyband atau girlband tersebut. Perbedaan itulah yang memicu suatu fanwar atau peperangan antar fans. Biasanya hal ini banyak terjadi di dunia maya. Terlebih lagi, akibat kemunculan para boyband dan girlband Indonesia yang mengikuti gaya Korea, membuat para Kpopers kurang menyukai Ipopers (pecinta boyband dan girlband Indonesia). Para Kpopers menganggap para boyband dan girlband Indonesia meniru kebudayaan Korea, sedangkan para Ipopers menuduh Kpopers tidak mencintai produk lokal. Hal ini menjadikan perseteruan yang sangat sengit antara pecinta musik Korea dengan pecinta musik Indonesia. Tentulah hal ini bukan hal yang baik bagi para remaja karena mereka menjadi terbiasa untuk berkelahi dan merasa paling hebat dalam suatu hal.

3) Lebih mencintai budaya korea dibandingkan budaya negeri sendiri

Rasa fanatisme para remaja Indonesia terhadap budaya korea menyebabkan remaja indonesia lebih lebih tertarik untuk mempelajari kebudayaan korea seperti dance, bahasa korea, dan sebagainya dibandingkan mempelajari kebudayaan Indonesia seperti tari-tari tradisional Indonesia dan sebagainya. Masyarakat Indonesia cenderung lebih menyukai produk korea. Seperti lagu korea, musik korea, boyband/girlband korea. Dan berkurangnya rasa cinta dan kebanggaan terhadap budaya Indonesia sendiri. Hal tersebut kemudian terinternalisasi dalam kehidupan remaja yang sangat berhubungan dengan perkembangan identitas diri mereka. Internalisasi ini terlihat dari bagaimana mereka meniru gaya busana (fashion), potongan rambut, lagu favorit bahkan logat bicara. Mereka juga terlalu mendewakan produk korea tersebut dan menganggap bahwa produk Indonesia tidak ada apa-apanya. Masyarakat menyita waktu mereka untuk menonton drama korea yang dapat mereka tonton di televisi atau DVD.

4) Jadi malas belajar dan nilai/ prestasi menurun.

Para pelajar Indonesia terkadang lebih mementingkan untuk menonton drama-drama korea atau mendengarkan lagu-lagu korea dibandingkan belajar. Selain itu, mereka juga lebih suka mencari informasi tentang korea

melalui internet dari pada mencari tentang pelajaran (Zakiah et al., 2019).

Pesatnya perkembangan musik Korea atau *K-Pop* menyebabkan munculnya komunitas penggemar yang biasa disebut *Fansclub*. Komunitas penggemar musik Korea ini terdiri dari berbagai kalangan tetapi di dominasi oleh remaja. Beberapa nama komunitasnya seperti BTS-Army, NCTzen, BLINK, dan lain sebagainya. Beberapa tahun terakhir, kemunculan *K-Pop* sudah menarik banyak sekali penggemar dan sudah banyak di konsumsi oleh masyarakat Indonesia. Sebelum munculnya fenomena *K-Pop* ini, banyak alternatif genre musik lain seperti punk, rap, rock, berasal dari Amerika Utara dan budaya komersial Eropa yang juga menarik antusiasme masyarakat Indonesia, tetapi dikalahkan dengan kemunculan *Korean Wave* ini, ini bukan hanya fenomena semata, melainkan hal ini adalah hasil jerih payah para member *K-Pop* tersebut.

Salah satunya di Bengkulu sudah mulai banyak penggemar *K-Pop*. Sehingga mereka membuat sebuah komunitas. Komunitas tersebut bernama Komunitas Kpopers Bengkulu yang terdiri dari beberapa fandom yaitu NCTzen, Exo L, Army dan lain- lainnya. Para anggota dari komunitas ini mulanya kenal melalui media sosial seperti Instagram, line dan Twitter. Setelah cukup lama berkenalan di media sosial dan saling *chatting* kemudian mereka akan saling bertemu secara langsung dengan anggota lainnya. Kegiatan yang dilakukan para penggemar *K-Pop* Bengkulu diantaranya mengadakan acara ulang tahun idolnya, menonton bersama, merayakan anniversary dan juga acara lainnya. Setiap acara selalu ada barang-barang yang berbaur idolnya seperti lightstick, photocard yang official dan *unofficial* serta album (Sri, 2022) Perilaku konsumsi seseorang telah tercantum dalam beberapa ayat Al Quran, diantaranya adalah: Q.S Al-Isra [17] : 27:

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya: “Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya”.

Berdasarkan dari latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk mengajukan penelitian dengan judul: “**Budaya *K-Pop* Dan Kehidupan Sosial**



**Remaja (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan IPS Fakultas Tarbiyah dan Tadris Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu)”. Berdasarkan hasil observasi pada tanggal 27 Maret 2024, yang peneliti lakukan di Program Studi IPS Fakultas Tarbiyah dan Tadris Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu. bahwa ia termasuk salah satu pencinta K-Pop. Alasan utama yang disebutkannya adalah budaya K-Pop khususnya K-Drama lebih seru dan menarik dibanding film atau acara televisi di Indonesia dan artinya pun lebih menarik dan rupawan. Membuatnya tertarik untuk menyukai K-Pop adalah banyaknya keunikan yang dimiliki Korea dan lebih beragam kebudayaannya yang disajikan. Kebudayaan *K-Pop* yang disukai juga beragam dimulai dari musik, bahasa, makanan, tempat wisata dan lain-lain (Wawancara Reza Oktavia, 27 Maret 2024).**

#### **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut:

1. Perkembangan budaya K-Pop yang menyebar luas di Asia khususnya di Indonesia.
2. Perkembangan K-Kop di Indonesia dimulai pada tahun 2009 dan berkembang pesat pada tahun 2013.
3. Ketertarikan remaja Indonesia pada budaya korea berawal dari tahun 2002.
4. Pengaruh budaya K-Pop terhadap perilaku masyarakat Indonesia.
5. Musik, drama, film, dan budaya mempengaruhi pola perilaku masyarakat khususnya remaja.

#### **C. Pembatasan Masalah**

Dari latar belakang masalah tersebut, penulis memfokuskan masalah yang ada, guna menjadikan penelitian ini lebih terarah. Mengingat adanya keterbatasan waktu, keterbatasan kemampuan, dan keterbatasan dana.

Maka peneliti memfokuskan pada masalah berikut: Pengaruh budaya K-Pop terhadap kehidupan sosial remaja. Partisipan dalam penelitian ini

adalah mahasiswa Program Studi Pendidikan IPS Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu berusia 18-22 tahun.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti merumuskan masalah mengenai: Bagaimana budaya *K-Pop* dapat mempengaruhi kehidupan sosial Mahasiswa UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu Fakultas Tarbiyah dan Tadris Program Studi Pendidikan IPS?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian dilaksanakan dengan tujuan penelitian yaitu: untuk mengetahui bagaimana budaya *K-Pop* mempengaruhi kehidupan sosial mahasiswa UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu Fakultas Tarbiyah dan Tadris Program Studi Pendidikan IPS.

#### **F. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat, adapun manfaat yang diharapkan adalah sebagai berikut:

##### a. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman kemampuan akademis dan wawasan pengetahuan pada umumnya. dan khususnya secara sosiologis terutama bagi sosiologi budaya dan seiring dengan dengan perkembangan kebudayaan yang modern dari teknologi yang berkaitan dengan teori budaya populer atau modern.

##### b. Secara praktis

##### a) Bagi Peneliti

1. Sebagai sarana menambah ilmu pengetahuan.
2. Sebagai bahan acuan di bidang penelitian yang sejenis dan sebagai pengembangan penelitian lebih lanjut.

##### b) Bagi Masyarakat

Diharapkan agar semua orang tua khususnya remaja atau mahasiswa dapat mengetahui dampak positif dan negatif dari adanya perkembangan budaya baru khususnya budaya *K-Pop*, sehingga dapat mencegah hal-hal negatif yang ditimbulkan dari pengaruh budaya *K-Pop* khususnya kalangan remaja.

c) Bagi Instansi UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu

Memberikan sumbangan pemikiran dalam rangka melengkapi dan mengembangkan hasil penelitian yang sudah ada sebelumnya.

