

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Globalisasi membawa dampak pada kemajuan teknologi dan informasi yang semakin berkembang. Globalisasi adalah suatu fenomena yang melibatkan integrasi ekonomi, sosial, politik, dan budaya antara berbagai negara di seluruh dunia. Hal ini menciptakan suatu dunia yang semakin terhubung dan saling tergantung (Lathifah et al., 2019). Selain itu, dampak dari kemajuan teknologi dewasa ini mempermudah kita dalam mengakses berbagai informasi dari segala penjuru dunia (Rachma, 2021). Tidak hanya berbagai informasi yang dapat disebarkan dengan cepat melalui hadirnya berbagai teknologi tersebut, budaya pun dapat dengan mudah disebarkan ke seluruh dunia. Salah satu negara yang menyebarkan budayanya adalah negara Korea yang disebut *Korean Wave/Hallyu*.

Istilah "*Hallyu*" pertama kali diciptakan di Tiongkok pada pertengahan tahun 1999 oleh para jurnalis yang termotivasi oleh pesatnya perkembangan budaya Korea di Tiongkok pada saat itu dan puncaknya adalah ketika salah satu drama Korea berjudul "*What Is Love All About* " ditayangkan di TV China pada tahun 1997 (Yuliawan & Subakti, 2022). Pada awalnya fenomena *Korean Wave* ini mulai ramai di era 2000-an yang dimulai dari drama korea, walaupun pada saat itu sudah banyak grup-grup K-pop yang cukup terkenal namun pada saat itu penggemar-penggemar Drama Korea atau K-Drama lebih banyak terlihat. Namun saat ini penggemar-penggemar K-pop juga semakin banyak terlihat seiring dengan

semakin berkembangnya K-pop ke seluruh dunia. *Korean Wave* atau yang biasa disebut dengan *Hallyu* merupakan suatu budaya dari Korea Selatan yang isinya adalah menyebarkan music K-Pop, drama/film Korea, kuliner, *fashion*, dan kosmetik (Rachma, 2021).

Korean musik atau K-Pop sendiri merupakan salah satu *icon* dari Korea Selatan dimana penyajiannya berbentuk grup bisa *boyband* dan *girlband* dimana biasanya ditampilkan menyanyi disertai dengan *dance* (Sakinah et al., 2022). Idola K-Pop yang saat ini paling banyak diminati di Indonesia adalah *Bangtan Boys (BTS)*, *NCT*, *EXO*, *GOT7*, *Blackpink* dan masih banyak yang lainnya (Utami, 2021). Menurut survei yang dilakukan oleh youtube pada tahun 2018, Indonesia merupakan salah satu penggemar *Korean Wave* yang menempati peringkat ke-4 sebagai negara dengan penggemar yang paling banyak untuk *streaming* musik Video/MV K-pop (Wahidah et al., 2020).

Film atau Drama Korea telah menjadi fenomena global selama beberapa dekade terakhir, dan pengaruhnya terhadap Masyarakat Indonesia. Di Indonesia, drama Korea telah menjadi salah satu bentuk hiburan yang sangat populer, dan perkembangannya terus berlanjut. Dengan alur cerita yang menarik dan visual pemain yang menarik membuat Drama Korea/film paling disukai oleh masyarakat Indonesia dari *Korean Wave*. Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya bahwa alasan remaja mengapa tertarik akan drama Korea dan menonton drama Korea dalam kesehariannya, yaitu alur cerita yang menarik, visual aktor dan aktrisnya (Topan & Febrina Ernungtyas, 2020). Selain itu, drama Korea sering kali mengangkat tema-tema yang relevan dengan kehidupan remaja, seperti

persahabatan, percintaan, dan tantangan yang dihadapi dalam masa transisi menuju kedewasaan (Marbun & Irma, 2018). Perkembangan *Hallyu* di Indonesia menjadikan remaja lebih tertarik pada musik K-pop, drama Korea, dan gaya hidup yang dipromosikan oleh selebriti Korea. Hal ini mendorong remaja untuk berperilaku mengadopsi gaya berpakaian, tata rias, dan bahkan cara berbicara yang dipopulerkan oleh idola mereka. Selain itu, *Hallyu* juga memberikan motivasi pada remaja untuk mempelajari bahasa Korea dan mengenal lebih dalam tentang budaya Korea secara umum serta mendorong remaja terbuka terhadap globalisasi (Valenciana, 2022).

Korean food merupakan salah satu simbol budaya dari Korea Selatan. Drama Korea juga berperan dalam penyebaran *Korean food* di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Drama Korea sering menampilkan adegan makanan yang menggiurkan, baik itu makanan tradisional Korea maupun makanan modern yang populer seperti; *Bibimbap*, *Kimchi*, *Ramyeon*, *Tteobokki*, *Kimbap*, *bulgogi*. Bahkan beberapa drama Korea melakukan penayangan produk atau restoran tertentu sebagai bagian dari ceritanya. Ini bisa menjadi promosi terselubung untuk restoran atau kafe yang menyajikan *Korean food*, sehingga memperluas jangkauan mereka dan menarik minat penonton untuk mengunjunginya (Wachyuni & Suci Sandi, 2023).

Kosmetik atau *K-Beauty* merupakan singkatan dari *Korean Beauty* yakni segala sesuatu seputar kecantikan, perawatan kulit, kosmetik hingga makeup yang berasal dari Korea Selatan (Januar, 2023). Penyebaran dari *Korean Beauty* sendiri bermacam-macam, mulai dari drama Korea, film, serta grup band Korea sebagai

brand ambassador produk kosmetik tersebut. Salah satunya adalah skincare *Leneige*. Tidak hanya *skincare*, *make up* Korea juga adalah produk yang paling diminati di Indonesia saat ini karena menampilkan kesan yang *flawless* dan modern look. Selain kosmetik, *Korean wave* juga menyebarkan fashion yang saat ini dijadikan kiblat oleh masyarakat Indonesia. *Fashion* dari Korea Selatan sendiri yang identik dengan bahan rajut dan motif bunga menjadi daya tarik tersendiri bagi semua kalangan masyarakat Indonesia, baik dewasa, remaja maupun anak-anak. Hal ini termasuk dalam gaya rambut, seperti model dan warna rambut coklat.

Fenomena *Hallyu* atau gelombang budaya Korea telah mencapai hampir seluruh penjuru dunia, termasuk Indonesia. Pada tahun 2019, menurut Sarajwati (2020) Indonesia menduduki peringkat ketiga sebagai negara yang paling aktif dalam pembahasan K-Pop di *platform* media sosial seperti Twitter, setelah Thailand dan Korea Selatan sendiri (Januar, 2023). Selain itu, ada juga diskusi mengenai *comeback* dan debut K-pop yang sangat dinanti-nanti sepanjang bulan Mei 2024. Bakat-bakat baru yang muncul dari Korea Selatan saat ini terus memikat masyarakat Indonesia, melalui musik, drama, film, dan variasi lain dari industri hiburan Korea. Para penggemar K-Pop di Indonesia tidak hanya menikmati musik dan penampilan para idola Korea, tetapi juga mengadopsi tren dan gaya hidup yang terkait dengan budaya Korea Selatan secara umum. Hal ini termasuk mengikuti tren mode, gaya rambut, dan bahkan mempelajari bahasa Korea. Kepopuleran K-Pop di Indonesia tidak hanya terbatas pada satu kelompok usia, melainkan meluas dari anak-anak, remaja hingga dewasa. Menurut survei databoks pada tahun 2022,

remaja merupakan kalangan yang paling banyak mengonsumsi *Korean Wave* (Ahdiat, 2022).

Masa remaja merupakan masa peralihan dari anak-anak menuju masa dewasa. Salah satu ciri perkembangan remaja menurut Hurlock (2011) adalah mencari identitas diri. Pencarian identitas diri pada remaja menurut tahapan psikososial Erickson (dalam Alwisol, 2009) berada pada tahap ke lima yakni *identity vs role confusion*. *Identity vs role confusion* suatu istilah yang menunjukkan perasaan yang berhubungan dengan kebingungan memperoleh peran dan menemukan diri.

Fenomena *Hallyu* yang melanda Indonesia saat ini juga dapat berdampak pada perkembangan remaja karena salah satu karakter yang terdapat pada diri remaja adalah perilaku identifikasi dan remaja akan membutuhkan sosok panutan atau role model untuk dijadikan contoh dalam berperilaku (Utami, 2021). Menurut hasil penelitian dari Purnamasari et al. (2022) panutan yang saat ini digemari oleh remaja putri adalah selebriti Korea, faktor yang melatarbelakangi remaja menyukai selebriti Korea karena selebriti Korea menarik dan banyak memberikan inspirasi terhadap remaja. Sehingga, hal itu membuat remaja pada akhirnya meniru gaya berpakaian selebriti Korea, gaya bicara serta cara berdandan yang mereka sebut sebagai *Korean Look*. Proses meniru remaja pada *Hallyu* sendiri dimulai dari lingkungan sekitar dengan proses atensi yakni memelihat dan memperhatikan mengenai *Hallyu* seperti aktor dalam drama Korea, kemudian retensi yakni menyimpan hal-hal yang sudah diperhatikan sebelumnya, dilanjutkan dengan reproduksi yakni semua yang di telah disimpan lalu dituangkan dalam perilaku,

proses terakhir dari perilaku meniru yakni adanya *reinforcement* dari lingkungan sekitar yang dijadikan motivasi dalam meniru (Khrisnadestya et al., 2022). Beragamnya hal-hal menarik yang dihadirkan K-Pop membuat para remaja merasa menemukan sesuatu yang mereka sukai dan menjadi tertarik dengan K-Pop. Perilaku umum di kalangan remaja penggemar K-pop adalah mengumpulkan berbagai hal yang berkaitan dengan idola K-pop yakni mulai dari album musik, pakaian, poster idola, *merchandise*, kartu foto, dan tiket konser idola K-Pop (Hidayati & Indriana, 2022).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Utami (2021) di Desa Gumelar, banyak remaja perempuan yang menjadikan artis Korea sebagai role model mereka dalam berperilaku. Hal ini dikarenakan selain artis Korea memiliki wajah dan berpenampilan menarik, mereka juga dikenal dengan sikap pekerja keras, disiplin, serta etika yang baik. Selain itu, remaja Desa Gumelar juga berpakaian, bersikap, *make up*, menggunakan aksesoris ala Korea, memasukkan Bahasa Korea saat berbicara, mencari tahu hal-hal yang berbau Korea. Fenomena ini menunjukkan bagaimana budaya populer dapat melintasi batas geografis dan budaya, menciptakan identitas baru yang bercampur di kalangan remaja Indonesia (Istiqomah, 2020). Selain desa Gumelar, di Kabupaten Jember juga terdapat desa Cangkring yang menjadikan idola *hallyu* sebagai role model.

Desa Cangkring sendiri merupakan desa yang terletak di Kecamatan Jenggawah dengan wilayah yang masih banyak memiliki lahan persawahan dan perkebunan sehingga sebagian besar masyarakat berprofesi sebagai petani. Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan, jumlah remaja dengan usia 16-19

tahun di desa Cangkring sebanyak 107 orang dengan tingkat pendidikan Sekolah Menengah Atas. Remaja Desa Cangkring sendiri mengenal Hallyu berdasarkan sosial media, orang tua yang melihat drama Korea di tv dan pengaruh dari teman.

Berdasarkan hasil wawancara, remaja desa Cangkring sendiri kagum terhadap idola tersebut karena memiliki banyak prestasi, karya serta kepribadian yang baik. Sehingga, remaja tersebut meniru hal-hal yang positif dari idola tersebut seperti mendapatkan banyak prestasi di sekolah dalam bidang akademik maupun non-akademik, salah satunya ialah mengikuti lomba *dance*. Selain itu, jika ada kesempatan dan biaya remaja memiliki harapan untuk melanjutkan pendidikan ke Korea. Menurut remaja di desa Cangkring, drama Korea dan K-Pop adalah salah satu tempat pelarian mereka ketika lelah mengerjakan tugas sekolah, sedang merasa suntuk dan bosan. Dengan alur cerita yang menarik dan visual pemain yang menarik membuat Drama Korea dan K-Pop paling disukai remaja dari Korean Wave. Hal ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya bahwa alasan remaja mengapa tertarik akan drama Korea dan menonton drama Korea dalam kesehariannya, yaitu alur cerita yang menarik, visual aktor dan aktrisnya (Topan & Febrina Ernungtyas, 2020).

Perilaku remaja pecinta hallyu di Desa Cangkring terlihat dari cara berpakaian, dimana pakaian yang mereka kenakan terinspirasi dari idola mereka seperti *celana jeans high waist*, kemeja *oversize*, *crop top* dan sweter rajut. Tidak hanya itu, remaja juga meniru model rambut dari idola mereka yang mereka anggap menarik dan cocok pada warna kulit mereka. Menurut Bandura dalam Khrisnadesty et al., (2022) terdapat 4 tahap atau proses dalam pembentukan

perilaku meniru yakni atensi, retensi, reproduksi dan motivasi. Tahap pertama dalam perilaku meniru adalah atensi. Remaja tertarik pada budaya Hallyu melalui berbagai media seperti drama, musik, dan media sosial. Artis K-pop yang memiliki penampilan menarik dan gaya hidup yang tampak *glamor* juga memainkan peran besar dalam menarik perhatian mereka (Aulia et al., 2022). Setelah perhatian tertarik, remaja memasuki tahap retensi. Di sini, informasi dan perilaku yang diamati dari idola mereka disimpan dalam ingatan. Ini mencakup gaya berpakaian, gaya rambut, cara berbicara, hingga sikap dan nilai-nilai yang ditampilkan oleh artis-artis *Hallyu*. Melalui paparan berulang-ulang di berbagai media, remaja semakin banyak menemukan perilaku dan gaya hidup tersebut. Tahap ketiga adalah reproduksi, di mana remaja mulai meniru perilaku yang telah mereka amati dan simpan. Remaja mulai berdandan seperti idola mereka, mengikuti *trend fashion* yang dipopulerkan oleh artis-artis *Hallyu*, atau bahkan meniru cara berbicara dan berinteraksi sosial. Proses ini tidak selalu terjadi secara sadar sering kali remaja meniru perilaku tersebut karena ingin merasa lebih dekat atau mirip dengan idola mereka (Cahyani et al., 2022). Terakhir, tahap motivasi berperan penting dalam mempertahankan dan memperkuat perilaku imitasi. Remaja merasa termotivasi untuk terus meniru idola mereka jika mereka mendapatkan penguatan positif dari lingkungan sekitar, seperti pujian dari teman sebaya atau meningkatnya popularitas di media sosial. Secara keseluruhan, proses pembentukan perilaku imitasi remaja terhadap *Hallyu* melibatkan kombinasi dari perhatian yang tertarik oleh suatu hal menarik, retensi melalui paparan berulang, reproduksi perilaku, dan motivasi yang diperoleh dari penguatan sosial (Khrisnadestya et al., 2022).

Selain itu, perilaku idola yang sopan dan menghargai penggemar membuat remaja kagum dan perilaku idolanya. Remaja juga mengikuti akun media sosial idola yang mereka sukai, menonton dan mendengarkan karya idol seperti drama yang cocok dengan genre mereka. Berdasarkan fenomena diatas, oleh karena itu peneliti ingin mengetahui bagaimana gambaran perilaku *hallyu* pada remaja di Desa Cangkring. Penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui sejauh mana fenomena *hallyu* dapat membantu masa eksplorasi identitas diri pada remaja.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan uraian diatas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana gambaran perilaku *hallyu* pada remaja di Desa Cangkring?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui gambaran perilaku *hallyu* pada remaja di Desa Cangkring.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi keilmuan terhadap psikologi khususnya yang berkaitan dengan penelitian ini adalah psikologi perkembangan dan sosial tentang gambaran perilaku *hallyu* pada remaja.

2. Manfaat praktis

a. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi tambahan bagi peneliti lain tentang gambaran perilaku *hallyu* pada remaja, khususnya yang terjadi di desa-desa.

b. Bagi remaja

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan, informasi dan pemahaman mengenai dampak adanya *hallyu* di Indonesia khususnya desa Cangkring.

E. Keaslian Penelitian

Keaslian penelitian ini berdasarkan pada beberapa penelitian terdahulu yang memiliki tema kajian yang sama, yaitu terkait dengan *hallyu*. Penelitian tersebut diantaranya adalah :

1. Penelitian oleh (Simanjuntaak et al., 2022) dengan judul “Studi Tentang Dampak *Korean Wave* Dalam Gaya Hidup Mahasiswa Universitas Riau” dengan hasil penelitian bahwa terdapat faktor internal dan faktor eksternal yang membuat mahasiswa Universitas Riau menjadi *Korean Lovers*. Faktor internalnya adalah melihat perjuangan dari setiap aktor atau idol di Korea sangat memotivasi karena perindustrian korea sangatlah tangguh. Dan alasan lain adalah karena visual idol Korea sangat tampan dan cantik sehingga, penampilannya juga mulai dari gaya berpakaian, gaya rambut, aksesoris yang digunakan sangat bagus dan

menarik, dan pola pikir, serta kepribadian sehingga cocok dijadikan sebagai Role Model. Faktor eksternal menjadi *Korean lovers* adalah faktor dari luar yaitu dikenalkan oleh orang-orang dekat yaitu saudara maupun teman kampus sehingga mulai mencari tau sendiri drama atau boyband yang menarik sehingga menjadi *Korean lovers*. Adapun faktor lain adalah karena tidak sengaja menonton tayangan drama Korea di Televisi dan *platform* media sosial seperti Twitter, Facebook, Instagram, V-Live, dan Youtube.

2. Penelitian oleh (Purnamasari et al., 2022) dengan judul “Tindakan Imitasi Remaja Komunitas Penggemar *Seventeen (Carat)* akibat adanya *Korean Wave* di Kota Malang” dengan hasil penelitian bahwa faktor yang melatarbelakangi remaja menyukai selebriti Korea karena selebriti Korea unik dan banyak memberikan inspirasi terhadap remaja di Kota Malang. Sehingga, hal itu membuat remaja pada akhirnya meniru gaya berpakaian selebriti Korea, gaya bicara serta cara berdandan yang mereka sebut sebagai *Korean Look*.
3. Penelitian oleh (Marbun & Irma, 2018) dengan judul “Motivasi Ekstrinsik Mahasiswa Menonton Drama Korea” dengan hasil penelitian bahwa bentuk motivasi yang didapat dari lingkungan adalah adanya ikatan emosional antara penyuka drama Korea. Dari hasil penelitian ini didapatkan tiga motif yang membuat Mahasiswa menyukai Drama Korea yakni motif hiburan, motif integrasi dan interaksi social.

4. Penelitian oleh (Larasati, 2018) yang berjudul '*Pengaruh K-Pop Idol terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Angkatan 2018 Program Studi Bahasa Korea Universitas Nasional*'. Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh antara idola K-Pop terhadap gaya hidup mahasiswa. Hasil dari penelitian adalah terdapat pengaruh antara K-Pop Idol terhadap gaya hidup mahasiswa, yakni mahasiswa meniru gaya hidup atau fashion style sang idol k-pop yang digemari.

5. Penelitian oleh (Pandeinuwu et al., 2022) yang berjudul '*Pengaruh Sikap, Perilaku Dan Motivasi Dalam Menonton Korean Pop Terhadap Gaya Hidup Remaja Di Media Sosial Kota Manado*'. Tujuan dari penelitian untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara sikap, perilaku dan motivasi menonton terhadap gaya hidup remaja di media sosial. Hasil penelitian adalah terdapat pengaruh antara sikap, perilaku dan motivasi menonton terhadap gaya hidup remaja di media sosial.

Berdasarkan hasil uraian pemaparan keaslian penelitian diatas, maka didapatkan persamaan penelitian yaitu fenomena *hallyu*. Sedangkan, perbedaan penelitian terletak pada lokasi dan populasi.