

FENOMENA HALLYU DI INDONESIA

Riani Suminar

Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan (STKIP) Persis Bandung

Email: rianisuminar7@gmail.com

Abstrak

Secara global istilah Korean Wave / Hallyu diartikan untuk budaya pop yang berasal dari Korea yang telah tersebar di berbagai negara khususnya di negara-negara Asia Tenggara. Fenomena Hallyu diikuti dengan banyaknya perhatian terhadap produk Korea Selatan, seperti barang elektronik, masakan, dunia hiburan seni perfilman, seni musik dan sebagainya. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana dampak/pengaruh dari budaya-budaya Korea yang masuk pada negara-negara di Asia Tenggara dan bagian negara Asia Timur. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kepustakaan atau library research. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa dalam industri seni Hallyu merupakan suatu fenomena tersendiri di dunia hiburan modern Korea. Dalam kondisi saat ini pertukaran sistem komunikasi antar negara seakan tidak ada tirai penghalang apapun dan Korea kini telah membuktikan pengaruh budayanya yang sekarang banyak dikenal dan digandrungi oleh banyak reamja khususnya di Indonesia. Agar dalam perkembangannya budaya Indonesia tidak hilang, maka sudah seharusnya kita sebagai bangsa yang berbudaya, caranya adalah mencintai kebudayaan kita sendiri. Kita harus bangga merawat dan menjaga semua aset budaya yang dimiliki oleh bangsa ini.

Kata Kunci: *Fenomena Halliyu dan Pengaruhnya*

Pendahuluan

Dunia hiburan Indonesia saat ini sedang berkiblat pada Korea. Hal ini terjadi tidak lain karena bagian dari dampak globalisasi yang tinggi. Shim dalam Nastiti (2010) menjelaskan *Korean Wave* adalah globalisasi budaya yang berekspansi di berbagai negara baik secara disadari maupun tidak. Bentuk penyebaran *Korean Wave* ini berupa film, drama, musik dan pernak pernik budaya lainnya yang dengan sengaja mengangkat budaya identitasnya dengan tujuan agar dikenali oleh negara-negara lain. Dalam faktanya ternyata di Indonesia sendiri budaya ini sudah terkenal diaman-mana, penyebarannya dengan cara mereka mengenalkan film-film dan drama Korea, musik, serta pernak-pernik kebudayaan yang mengangkat identitas negaraya sebagai media.

Kim Song Hwan menyebutkan dalam dunia hiburan yang membuat orang tertarik adalah bintang idola dan gayanya (Lestari 2012). Salah satu hal yang biasa diamati oleh para *Hallyu* adalah paras bintang idola yang cantik dan rupawan.

Banyak orang tidak menyangka bahwa tanpa disadari bangsa Indonesia juga tidak luput dari pengaruh budaya *Hallyu* ini. Pengaruh budaya *Hallyu* ini sangat besar sehingga Korea berhasil menyebarkan budaya popnya ke beberapa negara di Asia. Keberhasilan Korea perlu diakui bahwa Korea telah berhasil membentuk satu budaya sendiri yang mampu mempengaruhi negara-negara di sekitarnya, termasuk Indonesia. Dalam sejarahnya, Jepang sudah mulai menyebarkan pengaruh budayanya seiring dengan kuatnya persaingan produknya yang terus bersaing dengan produk-produk dari negara lain. Pada zamannya hampir semua negara terpengaruh dengan budaya popnya saat itu. Kondisi ini hampir mirip dengan kejadian sekarang dengan Korea, yang kemudian didukungnya produk-produk Korea yang merebak ke berbagai negara khususnya di negara-negara bagian Asia. Tanpa disadari budayanya masuk dan mempengaruhinya termasuk Indonesia.

Di Indonesia, misalnya, banyak produk – produk dari Korea yang masuk seperti barang elektronik merek LG, Samsung, sampai ke *magic jar* merek yongma dan merek mobil – mobil Korea. Tanpa disadari, itu semua mempengaruhi gaya hidup masyarakat Indonesia.

Budaya Korea seperti film-film drama dan musik Korea sudah digandrungi banyak remaja di Indonesia khususnya. Masuknya drama-drama film Korea ke Indonesia ini sama dengan pendapat yang disampaikan oleh Susanthi (2011) dalam bukunya ‘Gurita’Budaya Populer Korea bahwa ekspansi budaya Korea Selatan ke Indonesia dimulai dengan memasukkan produk-produk film Korea. Kebudayaan yang dikemas dalam film, drama, musik ini selanjutnya disebar di berbagai media sosial yang ada, dengan kemajuan teknologi yang mendukung cepatnya pergerakan dunia hiburan. Semakin canggihnya teknologi melalui media sosial internet membuat penyebaran budaya *Hallyu* ini semakin cepat di berbagai negara. Kecepatan perubahan ini sangat mempengaruhi penyajian produk-produk budaya yang terkenal (Iskipedia 2011). Korean *Culture and Information Service* (2011, p.46) menyebut era penyebaran *Korean Wave* melalui internet dengan “*The Neo-Korean Wave*”. *The Neo Korean Wave*

dicirikan pemanfaatan sosial media secara besar-besaran dan keterlibatan fans. Gelombang baru ini dipermudah dengan adanya internet, interkoneksi.

Metode Penelitian

Metode penulisan yang digunakan dalam menyelesaikan penyusunan penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode studi literatur (*library research*) dengan mengumpulkan berbagai sumber. Sebagai salah satu pendekatan yang menjelaskan tentang fenomena atau disebut juga case study termasuk kedalam jenis metode empiris. Subjek penelitian adalah fenomena halliyu yang terjadi khususnya di negara Indonesia. Jenis data yang digunakan berupa data primer dan data sekunder.

Data primer diperoleh studi dokumentasi yang dilakukan peneliti pada unggahan akun Instagram Ketimbang Ngemis Bandung, diantaranya unggahan, foto, komentar, jumlah likes, jumlah follower dan hashtags (#). Sementara itu, data sekunder diperoleh dari wawancara peneliti dengan pemilik akun Ketimbang Ngemis dan follower akun Ketimbang Ngemis. Fenomenologi merupakan suatu pendekatan penelitian yang menjelaskan cara pandang dari suatu kejadian yang dialami secara langsung. Dalam pendekatan Fenomenologi pengetahuan peneliti sangat menentukan hasil penelitian, karena berhubungan dengan persepsi makna dan pengalaman dari peneliti itu sendiri. metode yang melibatkan persepsi (Kuswarno, 2009:35-36}. Husserl menekankan bahwa metode penelitian fenomenologi bertugas untuk menjelaskan banyak hal yang ada di dalam diri yaitu dengan mengetahui sebelum masuk alam kesadaran. Kemudian hasil tersebut dipahami makna dan esensinya melalui nalar dan refleksi.

Hasil dan Pembahasan

1. Fenomena Budaya *Hallyu*

“*Korean Wave*” atau “*Hallyu*” adalah istilah yang dikenal oleh masyarakat global dengan tersebarnya budaya pop Koreanya di berbagai negara di Asia, termasuk di Indonesia (Shim, 2006). Fenomena–Fenomena ini diikuti dengan maraknya produk Korea yang masuk ke Indonesia mulai dari barang elektronik, masakan, musik dan film–film Korea. Pengertian budaya menurut Gudykunst dan Kim (2003) yang mengadopsi definisi dari Kessing (1974) adalah sebagai sebuah rujukan yang selalu kita gunakan dalam berinteraksi. Sedangkan menurut Ting Too-

Mey (1999) yang merujuk dalam bukunya D'Andrade (1984) menjelaskan bahwa budaya adalah sebuah kerangka patokan yang didalamnya terdiri bermacam-macam pola tradisi, nilai-nilai, norma, dan makna yang disampaikan kepada orang lain dalam proses interaksi dan sosialisasi dalam anggota kelompok tertentu.

Secara tidak sadar pola-pola yang dilakukan dalam kehidupan keseharian kita merefleksikan budaya mereka seolah ada sebuah kesepakatan umum yang mengikat terhadap pola tersebut. Oleh sebab itulah Ting Too-Mey (1999) menyebutkan bahwa budaya sebagai enigma karena memiliki dimensi abstrak dan konkret. Berbagai macam elemen tersebut yang ada di dalam diri manusia dapat diasumsikan dengan gunung es. Komponen abstrak adalah komponen yang terlihat secara kasat mata. Misalnya norma, nilai-nilai, tradisi, kepercayaan, dan makna telah menempati posisi paling mendominasi sebagian besar budaya manusia. Sedangkan lapisan paling atas yang besarnya hanya sebagian kecil digambarkan dalam bentuk simbol-simbol artefak seperti benda, fashion, musik, gambar, dan non verbal lainnya. Lima fungsi budaya menurut Ting Too-Mey (1999): (1) *identity meaning function*, yang berarti budaya sebagai alat / simbol budaya mencirikan identitas jati diri suatu bangsa dengan adanya kepercayaan, nilai, dan norma-norma budaya, (2) *group inclusion function*, yaitu budaya sebagai pemenuhan kebutuhan untuk berafiliasi dengan suatu kelompok dan membentuk perasaan menjadi bagian dalam kelompok tersebut (*sense of belonging*), (3) *intergroup boundary regulation function*, di mana budaya dalam in-group kita membentuk kecenderungan bersikap dalam interaksi dengan kelompok budaya lain (*out-group*), (4) *ecological adaptation function*, budaya mengajarkan proses adaptasi dalam interaksi antar individu, kelompok budaya, dan dalam lingkungan luas, (5) *cultural communication function*, di mana budaya mempengaruhi cara berkomunikasi, dan komunikasi pun mempengaruhi budaya kita.

2. Sejarah masuknya *Hallyu* di Indonesia

Apabila kita bertanya kepada orang yang lahir pada tahun 1970 – 1980-an tentang film serial drama Asia pada saat itu mereka mungkin akan menjawabnya film-film Jepang, China dan Hongkong tanpa menyebutkan Korea didalamnya. Ilustrasi ini kemudian dapat disimpulkan berdasarkan hasil penelitian Kawakimi dan Fisher (1994) tentang industri musik di Asia, memang Jepang, China dan Indonesia sebagai negara yang musiknya *remarkable*. Selain itu dalam perkembangannya tidak

hanya musik yang beredar pesat saat itu, melainkan film-film Asia juga telah memberikan pengaruhnya sehingga dunia hiburan menjadi kiblat dalam dunia perfilman di Asia. Korea saat itu belum pernah didengar dan dikenal bahkan sampai pada tahun 1994 film Korea tidak lagi menjadi tuan rumah di bioskop-bioskop negaranya sendiri, karena hampir 80% industri film-film bioskop di Korea sudah tidak diperhitungkan lagi yang diminati saat itu hanya film-film Holywood. (Ryo, 2008).

Akan tetapi, jika pertanyaan yang sama itu kita tanyakan kembali kepada para pemuda zaman sekarang atau generasi era 1990-an, Korea akan menjadi salah satu jawaban yang dominan. Para remaja zaman sekarang dengan mudahnya mereka menyebutkan mulai dari musik Korea dan juga film-film drama Korea. Terlepas mereka apakah sudah pernah melihat atau tidaknya tetapi tidak dipungkiri para generasi pemuda Indonesia sudah dapat mengenali budaya-budaya Korea. Suatu realitas yang nyata bahwa budaya Korea telah masuk dan berkembang dengan pesatnya sukses menjamu dan memberikan pengaruh yang luar biasa menjangkau popularitas dunia, khususnya negara-negara di Asia. Meluasnya produk-produk Korea ke luar negeri sebenarnya berawal mulai dari presiden Korea, Kim Young 1994 yang menjabat saat itu, dimana beliau mendeklarasikan visi, misi dan strateginya dalam pembangunan nasional.

Dalam programnya, berbagai strategi dan upaya yang dilakukan untuk pembenahan di berbagai sektor, salah satunya adalah pembaharuan dalam mewujudkan globalisasi tradisi Korea, mulai dari rekonstruksi ulang atau modernisasi warisan seni budaya tradisional, agar dapat diterima lebih baik di mata dunia. Upaya lain seperti melatih para tenaga ahli di bidang seni dan budaya secara profesional, memperluas sarana dan fasilitas kultur budaya di wilayah local, membangun sentra pusat budaya yang berada di luar negeri, sampai dengan membangun jaringan komputer di seluruh pelosok luar negeri (Shim, 2006).

Segala usaha integratif yang dilakukan oleh pemerintah Korea ini, lama kelamaan membuahkan hasil dalam kurun waktu lima tahun kedepan. Korea mulai dikenal oleh mancanegara pada tahun 1999. Dalam kondisi yang sedang krisis ekonomi melanda beberapa negara di Asia, industri perfilman Korea menjadi pilihan

utama karena harganya lebih ekonomis 10 kali lipat dibanding dengan film-film dari Jepang dan Hongkong (Shim, 2006).

Seiring dengan berkembangnya industri teknologi, dalam kurun waktu 10-15 tahun terakhir, budaya Korea berkembang dengan sangat pesat hingga meluas ke berbagai negara, bukan hanya di Asia, melainkan telah merambah ke negara-negara besar seperti Amerika Serikat, Amerika Latin, dan Timur Tengah.

Fenomena budaya demam drama film Korea di Indonesia saat ini telah melanda para generasi muda di negara Indonesia sendiri yang awalnya berkembang adalah film serial drama Korea Selatan, seperti *Endless Love* atau dengan judul aslinya *Autumn in My Heart* pada tahun 2002. Kisah romantisme yang menyedihkan dan tragis sangat menarik perhatian para penontonnya dan ikut hanyut dalam alur cerita, sehingga film ini sukses memikat para pecinta film Korea. Selain dari keaslian film drama Korea, film ini juga banyak aktor dan aktris film yang tampan dan cantik-cantik dengan kemampuan beraktingnya yang baik dan diperhitungkan. Sehingga hal inilah yang menjadi titik kesuksesan para aktris dan aktor Korea, juga diikuti dengan perkembangan dunia musik hiburan yang kian semakin marak digandrungi oleh para remaja penikmat industri musik Korea. Hal itu pada akhirnya meluas kepada konten budaya lain, seperti musik dari Korea yang dikenal dengan nama K-Pop. Mereka mengusung genre musik *dance pop*, yaitu musik pop barat dikombinasikan dengan kemampuan menari dan wajah yang menawan. Lirik lagu pun di-*mix* antara bahasa Korea dan bahasa Inggris di part tertentu. Hal ini membuat grup-grup musik K-Pop benar-benar digemari di pasaran Indonesia. Grup musik Korea yang digandrungi anak-anak muda Indonesia antara lain Super Junior, SNSD, dan Shinee.

Hal ini menunjukkan bahwa budaya Korea telah begitu berpengaruh melekat pada hati para penggemarnya di Indonesia dan mancanegara. Budaya ini pada prinsipnya tidak terlepas dari pengaruh globalisasi dan media sosial. Media telah membawa nilai – nilai budaya yang mempengaruhi dengan cepat hingga dalam lingkup internasional. Gegap gempita budaya *Hallyu* di Indonesia jauh lebih marak dikenal oleh para remaja melalui media sosial internet dibandingkan dengan media lainnya seperti media televisi, radio, koran, majalah dan lainnya. Arus teknologi sumber informasi yang paling cepat mengenai musik pop, film atau drama Korea, gaya hidup, fashion dan makanan semua ada di internet.

Antusiasme masyarakat yang tinggi terhadap budaya Korea di Indonesia dan dengan menjamurnya berbagai komunitas para penggemarnya, hal ini menarik untuk dikaji dalam Kajian Antar Budaya (KAB). Dampak budaya dalam globalisasi melalui media tersebut dapat memunculkan implikasi tingkat pengetahuan komunikasi antar budaya para remaja di Indonesia. Dapat dipahami konteksnya disini adalah bagaimana kultur budaya itu bisa terbentuk, bagaimana alur budaya itu mempengaruhi pergeseran komunikasi budaya itu terjadi. Terlebih lagi, dalam era konvergensi media dan kehadiran *information society* seperti sekarang ini, media, khususnya internet, menjadi bagian tak terpisahkan ketika kita mengkaji globalisasi.

3. Dampak *Hallyu* Bagi Indonesia

Pada zaman milenial ini akhirnya Korea telah membuktikan bahwa *Hallyu* merupakan fenomena budaya yang bisa diterima diberbagai negara khususnya di bagian Asia. *Hallyu* dapat memberikan dampak positif dan negatif bagi Negara Indonesai. Adapun dampak positifnya adalah *pertama*, dapat memberikan tambahan pengetahuan. Pengetahuan yang dimaksud adalah orang Indonesia kini bisa berbahasa Korea tanpa disadari dapat menggunakan bahasa Korea, tentunya hal ini dapat memperluas pengetahuan masyarakat Indonesia. *Kedua*, masyarakat Indonesia hendaknya bisa belajar dari orang Korea yang kini telah berhasil menjual produk budayanya yang tidak lepas dari etos kerja orang Korea itu sendiri. Dibuktikan juga dengan tidak sedikitnya para bintang penyanyi pop yang telah rela untuk melakukan jumpa fans dengan para penggemarnya di negara-negara lain walaupun honorinya memang tidak seberapa, tetapi mereka rela dibandingkan apabila mereka melakukan tur di negara sendiri. Hal inilah yang menjadikan mereka semakin dekat dengan penggemarnya, terutama di negara-negara Asia Timur (Kim, Y., 2002). *Ketiga*, dilihat dari aspek perkembangan teknologi, teknologi Korea memang jauh leboh maju disbandingkan dengan teknologi Indonesia. Dengan masuknya budaya Korea ke Indonesia setidaknya kita dapat mengembangkan IPTEK yang ada di Indonesia agar dapat menyamai IPTEK yang ada di Korea, karena perkembangan IPTEK merupakan salah satu nilai dari berkembangnya suatu negara. Apabila bangsa kita tidak mengenal budaya luar di era persaingan global zaman sekarang, maka bangsa kita akan tertinggal jauh dari negara-negara lain. Oleh sebab itu ada nilai positif yang didapat dari fenomena ini.

Selain itu, seiring dengan berkembang dan masuknya budaya *Hallyu* di Indonesia juga memberikan dampak negatif yaitu berkurangnya rasa memiliki terhadap budaya sendiri, yang diunggulkan adalah hanya budaya-budaya yang berasal dari Korea tersebut. Demam Korea yang sedang terjadi melanda para remaja Indonesia ini sangat mengkhawatirkan, karena hampir sebagian besar gaya hidup para remaja Indonesia sudah meniru gaya dan budaya Korea. *Pertama*, pemahaman musik para remaja Indonesia sudah beralih menjadi pemahaman (aliran) musik-musik Korea seperti berkembangnya *boyband* dan *girlband*. *Kedua*, dalam bidang makanan, makanan yang khas berasal dari Korea di Indonesia sudah banyak di jumpai, bahkan kebanyakan orang Indonesianya sendiri yang lebih banyak menyukai makanan Korea dibandingkan dengan makanan khas asli negara sendiri. Hal ini lama kelamaan akan menimbulkan dampak yang sangat mengkhawatirkan yaitu hilangnya makanan khas Indonesia dikarenakan makanan khas asal Korea ini lebih banyak dijual di pasaran. Dengan kata lain masyarakat Indonesia dapat dikatakan terlalu fanatik dengan hal-hal yang berhubungan dengan Korea dan apabila fenomena ini terus berlanjut maka produk-produk kebudayaan dari negara kita sendiri tanpa kita sadari lambat laun akan punah dan luntur dengan sendirinya digantikan dengan budaya Korea yang berkembang. *Ketiga*, *Hallyu* juga membuat semakin lakunya produk elektronik Korea daripada produk Indonesia sendiri. Sehingga masyarakat Indonesia sendiri kurang menghargai bahkan mencintai produk dalam negeri.

Semakin berkembangnya *Hallyu* di Indonesia menjadikan kemungkinan plagiarisme atau budaya meniru secara besar-besaran. Plagiarisme selain dapat merugikan orang banyak karena imitasinya juga merugikan bagi plagiatnya karena hal ini akan membuat dirinya menjadi tidak kreatif dan berkembang. Sedangkan sebagaimana yang sering kita lihat di layar kaca televisi sekarang sudah banyak *boyband* dan *girlband* yang bermunculan, apabila ini juga terus berlanjut maka, sesungguhnya akan ada pergeseran aliran musik Indonesia yang akan berganti seperti aliran musik Korea. Hal ini tentu akan membuat musik asli Indonesia dapat tergantikan dengan aliran musik-musik Korea.

Kesimpulan

Meluasnya *Hallyu*, tidak bisa dilepaskan dari peran media massa yang secara sadar maupun tidak telah membantu terjadinya aliran budaya ini. Bahkan, bisa dikatakan bahwa dengan media massa-lah *Hallyu* memasuki semua sudut negara-negara Asia termasuk Indonesia. Merebaknya *Hallyu* di negara-negara Asia Timur dan beberapa negara Asia Tenggara telah menunjukkan adanya aliran budaya dari Korea ke negara-negara tetangganya. Terlepas dari dampak panjang yang akan terus berlanjut, *Hallyu* memang suatu fenomena tersendiri dalam dunia industri hiburan modern Korea. Dalam situasi dunia pada saat pertukaran informasi terjadi hampir tanpa halangan apa pun, Korea telah menjejakkan pengaruhnya di kawasan Asia.

Agar perkembangan kebudayaan Indonesia tidak luntur maka sebaiknya para remaja Indonesia juga turut mengembangkan kebudayaan mereka sendiri. Mereka harus bangga dengan semua yang mereka miliki. Bukan hanya membanggakan kebudayaan milik orang lain. Atau bahkan melakukan peniruan.

BIBLIOGRAFI

- Gooch, B. 2008. *The Communication of Fan Culture: The Impact of New Media on Science Fiction and Fantasy Fandom*, Thesis, Georgia Institute of Technology
- Nastiti, AD. 2010. '*Korean Wave Di Indonesia : Antara Budaya Pop, Internet, dan Fanatisme Pada Remaja*', Undergraduate Thesis , Universitas Indonesia
- Korean Culture and Information Service . 2011. *The Korean Wave*, Republic of Korea, Korea
- Koulikov, M. (ed.) 2010. '*Fighting The Fansub War: Conflicts Between Media Rights Holders and Unauthorized Creator/Distributor Networks*', Transformative Works and Cultures, vol.5
- Reid, R & Gatson, S. (ed.) 2011. '*Kpop, Indonesian Fandom, and Social media*', Transformative Works and Cultures, vol.8
- Susanthi, N. 2011, *Gurita Budaya Populer Korea Di Indonesia*, ISI Denpasar, Denpasar.
- Kim, Y. 2002. *Korean Pop Culture: Craze Hallyu Sweeps through Asia.* Koreana 161:p. 46-51.
- Nugroho, Suray Agung. 2002. "*Korean Movies as Reflected in Korean Movies Magazines (2000-2001)*". M.A.Thesis. Graduate School of International Area Studies. Hankuk University of Foreign Studies.
- O'Reilly, T & Milstein, S. 2009. *The Twitter Book*. California: O'Reilly Media, Inc.
- Storey, J. 2006, *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*. Yogyakarta: Jalasutra.