

GAYA HIDUP KOREAN WAVE PADA REMAJA
(STUDI FENOMENOLOGI PENGGEMAR KOREA KOMUNITAS
Adorable Representative M.C for Youth (ARMY) DI INSTAGRAM)
SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S1)

Dalam Ilmu Dakwah



OLEH :

MSY. SEPTIA KHAIRUNISAH

NIM: 21521027

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP (IAIN CURUP)

TAHUN 2025

SURAT PENGAJUAN SKRIPSI

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah (IAIN) Curup

Di-

Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan Hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : MSY. Septia Khairunisah

Nim : 21521027

Prodi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Setelah mengadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya maka kami berpendapat bahwa skripsi saudari MSY. Septia Khairunisah mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup yang berjudul "Gaya Hidup Korean Wave Pada Remaja (Studi Fenomenologi Penggemar Korea Komunitas Adorable Representative M.C For Youth (ARMY) Di Instagram)". Sudah dapat diajukan dalam sidang Munaqasyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Demikian permohonan ini kami ajukan atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Anrial, M.A

NIP. 198101032023211012

Pembimbing II



Intan Kurnia Syaputri

NIP. 199208312020122001

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : MSY. Septia Khairunisah

NIM : 21521027

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul Skripsi : Gaya Hidup Korean Wave Pada Remaja (Studi Fenomenologi
Penggemar Korea Komunitas Adorable Representative M.C For
Youth (ARMY) Di Instagram)

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah di ajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan penulis juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah di ajukan atau dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi, apabila di kemudian hari bahwa pernyataan ini ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, semoga dapat digunakan dengan seperlunya.

Curup, 12 Juni 2025



MSY. Septia Khairunisah

NIM. 21521027



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
FAKULTAS USHULUDIN ADAB DAN DAKWAH**

Jalan Dr. AK Gani NO. 01 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-21759 Fax 21010
Homepage: <http://www.iaincurup.ac.id> Email: admin@iaincurup.ac.id Kode Pos 39119

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

Nomor : 238 /In.34/FT/PP.00.9/8/2025

Nama : MSY. Septia Khairunisah
NIM : 21521027
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Judul : Gaya Hidup Korean Wave pada Remaja (Studi Fenomenologi
Penggemar Korea Komunitas Adorable Representative M.C for
Youth (ARMY) di Instagram

Telah dimunaqasyahkan dalam sidang terbuka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup,
pada:

Hari/Tanggal : Selasa, 24 juni 2025
Pukul : 14.30 s/d 16.00 WIB
Tempat : Gedung Aula Dakwah IAIN Curup

Dan telah diterima untuk melengkapi sebagai syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana
Sosial (S.Sos) dalam bidang Dakwah.

TIM PENGUJI

Ketua,

Anrial, M.A

NIP. 198101032023211012

Sekretaris,

Intan Kurnia Syaputri, M.A

NIP. 199208312020122001

Penguji I,

Dr. Robby Aditya Putra, M.A

NIP. 199212232018011002

Penguji II,

Femalia Valentine, M.A

NIP. 1988011042020122002

Mengetahui,
Dekan



Dr. Fikruddin, S.Ag., M.Pd.I

NIP. 19750112 200604 1 009

MOTTO

***"ALLAH TIDAK MEMBEBANI SESEORANG MELAINKAN SESUAI
DENGAN KESANGGUPANNYA"***

QS. Al Baqarah : 286

***"Thinking about the future and trying hard are all important, but cherishing
yourself, encouraging yourself, and keeping yourself happy is the most
important"***

(Memikirkan masa depan dan berusaha keras dalam mewujudkannya memang penting, tetapi menyayangi diri sendiri, menyemangatnya, dan membuat diri kalian bahagia itulah hal yang lebih penting).

~Kim Seokjin~

Life is 10% what happens to you and 90% how you react to it

"MSY. Septia Khairunisah"

KATA PENGANTAR

Assallammu'alaikum Wr. Wb

Dengan mengucapkan Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Gaya Hidup Korean Wave Pada Remaja Studi Fenomenologi Penggemar Korea Komunitas Adorable Representative M.C For Youth (ARMY) Di Instagram)”**. Kemudian tidak lupa penulis mengucapkan shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada Rasulullah SAW yang mengantarkan kita dari zaman kegelapan ke zaman yang terang benderang hingga saat ini. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar sarjana sosial di IAIN Curup.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Prof. Dr. Idi Warsah, M.Pd.I, selaku Rektor IAIN Curup.
2. Prof. Dr. Yusefri, M.Ag. selaku Wakil Rektor I IAIN Curup
3. Dr. Muhammad Istan, SE. M.Pd, selaku Wakil Rektor II IAIN Curup.
4. Dr. Nelson, S.Ag., M.Pd selaku wakil Retor III IAIN Curup.
5. Dr. Fakhruddin, S.Ag., M.Pd.I, selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Curup.

6. Dr. Robby Aditya Putra, M.A., selaku Ketua Prodi KPI IAIN Curup.
7. Anrial, M.A selaku Dosen Pembimbing I serta Ibu Intan Kurnia Syaputri, M.A. selaku pembimbing II.
8. Pajrun Kamil, M.Kom.I selaku Dosen Pembimbing Akademik
9. Kedua Orang tua, Kakak dan Adik yang selalu memberikan dukungan serta do'a yang tidak pernah henti guna memberikan motivasi dan rasa semangat untuk mewujudkan impian.
10. Seluruh Dosen dan Staf IAIN Curup yang telah banyak membantu penulisan dan proses pembuatan Skripsi ini dari awal hingga selesai.

Penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini jauh dari kesempurnaan, karena penulis hanya manusia biasa yang tidak luput dari kesalahan dan khilaf. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun untuk kebaikan skripsi ini. Atas segala bantuan dari berbagai pihak, penulis mengucapkan banyak terima kasih, semoga Allah SWT membalas kebaikan dan diberikan bantuan dengan nilai pahala yang berlipat ganda disisi-Nya. Amiin yarobbal'allamiin

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Curup, 12 Juni 2025

MSY. Septia Khairunisah

NIM : 21521027

PERSEMBAHAN

Puji syukur serta Alhamdulillah tiada henti ku panjatkan kepada Allah SWT atas semua pertolongan serta berkat rahmat sehat dan bahagiamu dan kekuatan yang engkau berikan kepadaku, sehingga aku bisa menyelesaikan sebuah karya sederhana yang disebut skripsi. Maka untuk itu kupersembahkan karya ini dengan suka cita kepada :

1. Allah SWT. Kuucapkan puji syukur atas semua petunjuk dan kekuatan yang menjadikanku kuat sehingga terselesaikannya skripsi ini. Hanya engkau sebaik-baiknya tempat bagiku untuk mengadu dan hanya engkaulah tempat untuk meminta pertolongan, dengan itu kuucapkan terima kasih untuk semua keajaibanmu selama ini. Dengan semua kekurangan dan keterbatasan yang aku miliki, engkau berikan karunia dan kemudahan sehingga aku dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
2. Teruntuk Ayahku tercinta, yang selalu mendoakan kebaikan untuk penulis, memberikan dukungan dan motivasinya kepada penulis, dan menjadi tempat penulis untuk selalu meminta saran, baik mengenai perkuliahan ataupun kehidupan sehari-hari, yang selalu bekerja keras agar anaknya dapat mengenyam pendidikan setinggi mungkin, penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-sebesarnya karena tanpa beliau penulis bukan apa-apa.
3. Teruntuk Ibuku tercinta, Wonder Woman bagi kami sekeluarga, yang selalu melimpahkan kasih sayang dan dukungannya kepada penulis, yang tidak hentinya juga selalu mengusahakan dan mendoakan yang terbaik sejak penulis masih kecil bahkan hingga saat ini, dan selalu menjadi

tempat penulis mengadu saat merasa tidak baik-baik saja, penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya. Menjadi suatu kebanggaan memiliki ibu yang tangguh dan hebat seperti beliau.

4. Kakak dan adik-adikku. Terima kasih banyak untuk segala motivasi dukungan berupa semangat dan doa yang diberikan kepada penulis dalam proses penulisan skripsi ini, serta selalu mendampingi penulis disaat proses akhir ini, sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
5. Teruntuk kedua sahabat penulis yang sudah seperti saudara bagi penulis Yuliana dan Nuri Hidayanti, yang telah mendampingi penulis sejak awal masuk perkuliahan sampai dengan semester akhir ini, yang selalu membantu dan menemani dalam setiap proses yang dialami penulis di bangku perkuliahan. Terima kasih karena sudah menjadi partner terbaik dan selalu mendukung penulis, sehingga memberikan penulis semangat dalam menyelesaikan penulisan tugas akhir ini.
6. Teruntuk Ria Susanti, sahabat penulis yang sudah seperti saudara sendiri, terima kasih karena selalu menemani sejak hari pertama menjadi mahasiswa, menjadi tempat penulis untuk berkeluh kesah, serta menjadi garda terdepan saat penulis membutuhkan bantuan, juga tidak hentinya selalu memberikan dukungan kepada penulis selama di bangku perkuliahan.
7. Teruntuk sahabat penulis sejak SMP yang selalu menemani penulis selama 9 tahun, Desva, Nessi, dan puja, terima kasih karena tetap menjaga

pertemanan hingga saat ini, semoga pertemanan ini tetap bertahan sampai kita tua nanti.

8. Keluarga Besar Arunika KPI 21 B, terima kasih telah kebersamaan dalam setiap momen dan proses selama di bangku perkuliahan ini. Semoga kita semua dapat mencapai impian yang sering kita ceritakan itu.
9. Dosen Pembimbing I dan Dosen Pembimbing II, Terima kasih untuk bimbingan dan ilmu yang telah kalian berikan selama ini kepada penulis, serta dukungan agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, maaf jika selama proses bimbingan penulis melakukan kesalahan baik yang disengaja maupun tidak disengaja.
10. Dosen FUAD. Terima kasih atas semua ilmu yang telah diberikan selama di bangku perkuliahan ini
11. Kepada semua pihak yang tak bisa disebutkan namanya satu-satu. Terima kasih banyak telah membantu dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan studinya dan menjadi sarjana.

ABSTRAK

MSY. Septia Khairunisah, NIM: 21521027 **“Gaya Hidup *Korean Wave* Pada Remaja (Studi Fenomenologi Penggemar Korea Komunitas *Adorable Representative M.C For Youth (ARMY)* Di Instagram).”** Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Fenomena Korean Wave (Hallyu), telah menjadi bagian dari dinamika budaya global yang memengaruhi berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk gaya hidup remaja Indonesia. Budaya Korea yang meliputi musik (K-Pop), drama, makanan, fashion, hingga kosmetik, menyebar luas melalui media sosial dan membentuk pola konsumsi serta identitas baru bagi para penggemarnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana remaja penggemar Korea, khususnya ARMY di Instagram, mengintegrasikan elemen-elemen budaya Korea ke dalam kehidupan sehari-hari mereka. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap anggota komunitas ARMY yang aktif di Instagram. Teknik Purposive sampling digunakan untuk menentukan informan yang sesuai dengan kriteria tertentu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Korean Wave telah membentuk gaya hidup remaja penggemar Korea dalam berbagai aspek seperti preferensi mode (K-Fashion), konsumsi makanan (K-Food), penggunaan produk perawatan (K-Beauty), serta pola hiburan dan interaksi digital. Komunitas ARMY di Instagram menjadi ruang kolektif yang memperkuat identitas penggemar dan menjadi sarana distribusi budaya Korea. Remaja tidak hanya menjadi konsumen pasif, melainkan juga agen aktif dalam menyebarkan dan memodifikasi budaya Korea sesuai dengan konteks lokal mereka. Hallyu berperan sebagai media pembentukan habitus baru yang mencerminkan perubahan sosial di era globalisasi digital.

Kata Kunci : *Korean Wave, gaya hidup remaja, ARMY, media sosial.*

ABSTRACT

MSY. Septia Khairunisah, NIM: 21521027 “**Gaya Hidup Korean Wave Pada Remaja (Studi Fenomenologi Penggemar Korea Komunitas Adorable Representative M.C For Youth (ARMY) Di Instagram).**” *Thesis, Islamic Communication and Broadcasting Study Program.*

The Korean Wave (Hallyu) phenomenon has become part of the global cultural dynamic, influencing various aspects of society, including the lifestyles of Indonesian youth. Korean culture—which encompasses music (K-Pop), drama, food, fashion, and cosmetics—has widely spread through social media, shaping consumption patterns and new identities among its fans. This study aims to examine how young Korean culture enthusiasts, particularly those in the ARMY community on Instagram, integrate elements of Korean culture into their daily lives. This research uses a qualitative method with a phenomenological approach. Data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation with members of the ARMY community active on Instagram. The purposive sampling technique was employed to select informants who met specific criteria. The results show that the Korean Wave has shaped the lifestyle of teenage Korean fans in various aspects such as fashion preferences (K-Fashion), food consumption (K-Food), use of beauty products (K-Beauty), as well as entertainment patterns and digital interaction. The ARMY community on Instagram functions as a collective space that reinforces fan identity and serves as a channel for the distribution of Korean culture. Teenagers are not merely passive consumers but active agents in spreading and adapting Korean culture to their local context. Hallyu acts as a medium for forming a new habitus that reflects social transformation in the digital globalization era.

Keywords: *Korean Wave, youth lifestyle, ARMY, social media.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iii
MOTTO.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah.....	13
C. Rumusan Masalah.....	13
D. Tujuan Penelitian	13
E. Manfaat Penelitian	13
F. Penelitian Terdahulu	15
BAB II LANDASAN TEORI	21
A. Teori Gaya Hidup	21
1. Teori Gaya Hidup Menurut Pierre Bourdieu.....	22
2. Integrasi 3F dalam Gaya Hidup.....	29
3. Gaya Hidup Remaja dan Budaya Populer.....	33
B. Gelombang Budaya Korean Wave	35

1. Jenis-jenis Gelombang Budaya korean Wave	38
2. Instagram dan Komunitas Korea di Indonesia	40
a) Komunitas ARMY	40
BAB III METODELOGI PENELITIAN	46
A. Jenis Penelitian.....	46
B. Pendekatan Penelitian.....	47
C. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	48
D. Subjek Penelitian.....	48
E. Sumber Data.....	50
F. Teknik Pengumpulan Data	51
G. Teknik Analisis Data.....	55
H. Keabsahan Data.....	58
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	62
1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	62
A. Sejarah Korean Wave	62
B. Bentuk Penyebaran Korean Wave di Indonesia	66
C. Profil Informan	72
D. Hasil Penelitian.....	74
1. Fenomena Remaja Penggemar Korea pada Media Sosial di Instagram	75
2. Integrasi Elemen-Elemen Budaya Korea dalam Keseharian Penggemar Korea.....	82
E. Pembahasan	101

1. Fenomena Korean Wave : Analisis Gaya Hidup Melalui Lensa Teori Pierre Bourdieu	101
2. Implikasi Teori Bourdieu dalam Memahami Fenomena Korean Wave.....	106
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	117
A. Kesimpulan	117
B. Saran.....	118
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

A. Tabel 1.1	18
B. Tabel 3.1	49
C. Tabel 4.1	72
D. Tabel 4.2	83

DAFTAR GAMBAR

A. Gambar 1.1.....	4
B. Gambar 2.1.....	44
C. Gambar 4.1.....	76
D. Gambar 4.2.....	78
E. Gambar 4.3.....	81
F. Gambar 4.4.....	88
G. Gambar 4.5.....	90
H. Gambar 4.6.....	92
I. Gambar 4.7.....	94
J. Gambar 4.8.....	96
K. Gambar 4.9.....	97
L. Gambar 4.10.....	98
M. Gambar 4.11.....	100

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Budaya dapat dilihat sebagai suatu perilaku, nilai-nilai, sikap hidup dan cara hidup untuk melakukan penyesuaian dengan lingkungan dan sekaligus cara untuk memandang persoalan dan memecahkannya. Dengan kata lain budaya dalam pengertiannya dapat dilihat dalam makna yang luas dan sempit. Jika dalam bahasa sehari-hari “Kebudayaan” dibatasi hanya pada hal-hal indah (seperti; candi, tari-tarian, seni suara, kesusatraan dan filsafat) saja, maka itulah yang melihat budaya dalam batasan yang sempit. Artinya kebudayaan diartikan dengan kesenian, padahal dalam pandangan lain, kesenian hanyalah salah satu aspek kehidupan manusia dan masyarakat yang dibangun berdasarkan proses belajar.¹

Kebudayaan merupakan salah satu komponen dalam masyarakat yang hadirnya tidak dapat dipisahkan. Selo Soemardjan dan Soelaeman Soemardi merumuskan kebudayaan sebagai semua hasil karya, rasa dan cipta masyarakat. Karya masyarakat menghasilkan teknologi dan kebudayaan kebendaan atau kebudayaan jasmaniah (*material culture*) yang diperlukan manusia untuk menguasai alam sekitarnya, agar kekuatan serta hasilnya dapat diabdikan pada keperluan masyarakat. Zamroni mengatakan bahwa budaya merupakan pandangan hidup yang diakui oleh

¹ Eva Maryamah, “Pengembangan Budaya Sekolah”, Jurnal TARBAWI, Vol.2 No.2, (Juli-Desember 2016). 87

suatu kelompok masyarakat yang mencakup cara berpikir, perilaku, sikap, nilai yang tercermin baik dalam wujud fisik maupun abstrak.²

Menurut Havighurst dan Neugarten dalam bukunya *society and education* mengatakan bahwa kebudayaan dapat didefinisikan sebagai cara bertingkah laku manusia, meliputi etika, bahasa, kebiasaan makan, kepercayaan agama dan moral, pengetahuan, sikap, dan nilai-nilai yang merupakan hasil karya manusia seperti bermacam-macam benda termasuk didalamnya alat-alat/benda-benda hasil teknologi. Selanjutnya juga dikemukakan bahwa kebudayaan merupakan pola *way of life* suatu masyarakat. Tingkat martabat manusia sebagai makhluk budaya ditentukan oleh tingkat perkembangan kebudayaannya, yaitu tingkat kemampuan manusia terhadap diri dan dari ikatan instingnya, dan penguasaan manusia terhadap alam sekitar dengan alat pengetahuan yang dimilikinya.³

Budaya dapat digunakan untuk mengacu pada suatu proses umum perkembangan intelektual, spritual dan estetis. Kedua budaya berarti “Pandangan hidup tertentu dari masyarakat”, periode atau kelompok tertentu, ketiga budaya pun bisa merujuk pada “Karya dan praktik-praktik intelektual, terutama aktivitas artistik. Kebudayaan merupakan salah satu komponen dalam masyarakat yang hadirnya tidak dapat dipisahkan, pada zaman sekarang adanya perubahan dalam budaya karena masuknya budaya asing.

² Zamroni, *Paradigma Pendidikan Masa depan*, (Yogyakarta: Bigrafi Publishing, 2003), hlm 148

³ Ary H Gunawan, “*Sosiologi Pendidikan, Suatu Analisis tentang Berbagai Problem Pendidikan*”, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm.110

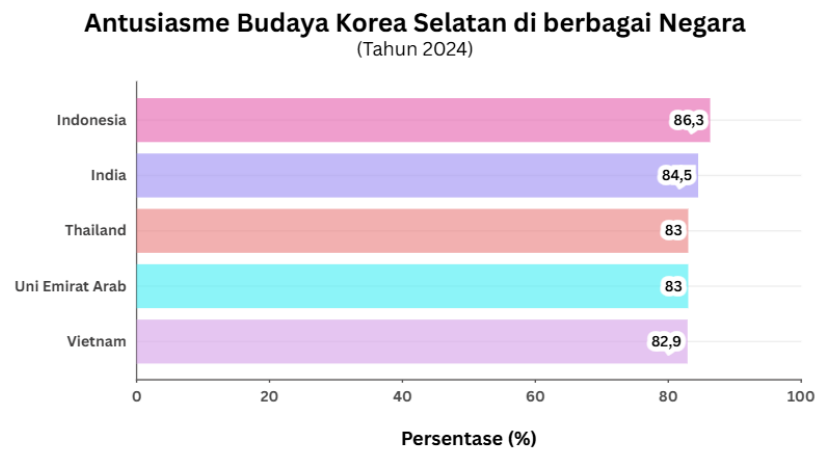
Perkembangan budaya ini juga semakin cepat dan intensif di era modern ini. Salah satu budaya populer yang saat ini menjadi pusat perhatian berasal dari Korea Selatan. Hal ini sering disebut sebagai *Korean Wave* atau yang sering juga disebut *Hallyu*, sebagai istilah terhadap pengaruh budaya modern Korea Selatan ke negara lain, yang di dalamnya termasuk Indonesia.⁴

Kementerian Kebudayaan, Olahraga, dan Pariwisata Korea Selatan (MCST) dipimpin oleh Menteri Yu In Chon, bekerja sama dengan Ketua Yayasan Pertukaran Budaya Internasional Korea (KOFICE), Jung Kil Hwa, mengumumkan hasil dari *Survei Hallyu Luar Negeri 2024 (Data Tahun 2023)*. Survei ini menganalisis penggunaan dan persepsi terhadap konten *Korean wave* di negara-negara asing utama. Jumlah sampel survei diperluas menjadi 700–1.600 peserta untuk memungkinkan analisis yang lebih mendalam.

Berdasarkan laporan yang dirilis oleh MCST melalui siaran pers, Indonesia menempati posisi pertama sebagai negara dengan tingkat ketertarikan tertinggi terhadap Korea, mencapai 86,3%.

⁴ Rachmah Ida, *Budaya Populer Indonesia : Diskursus Global/Lokal dalam Budaya Populer Indonesia*, (Surabaya : Airlangga University Press, 2020), hlm. 11

Gambar 1.1
Data antusiasme Korea Selatan di berbagai Negara⁵



Sumber: The Ministry of Culture, Sports and Tourism Korea

GoodStats

Hallyu berasal dari kata *Han Liu* yang berarti *Korean Wave* atau gelombang Korea. *Hallyu* merupakan bentuk penyebaran adanya gelombang budaya populer modern dan dunia hiburan Korea ke seluruh dunia yang berupa music populer (*k-pop*), drama tv (*k-drama*), film, animasi, *game*, kuliner (*k-food*), bahkan busana (*k-fashion*), yang mulai tersebar pada pertengahan tahun 1990an dan masih terus bertransformasi melalui versi baru hingga saat ini.⁶

Di Indonesia, *Hallyu* diawali oleh penayangan serial drama (*K-Drama/한국드라마*) di salah satu stasiun televisi. Melihat respon positif dari masyarakat, beberapa stasiun televisi lokal yang berlomba-lomba

⁵ <https://goodstats.id/article/survei-korean-wave-indonesia-jadi-negara-pusat-hallyu-dengan-antusiasme-budaya-korea-tertinggi-di-dunia-9f0mf>, Diakses pada 02 Juli 2025, pukul 19.39 WIB.

⁶ Je Seong, Jeon dan Yuwanto.. *Era Emas Hubungan Indonesia-Korea : Pertukaran Kultural Melalui Investasi dan Migrasi*. (Jakarta : Penerbit Buku Kompas. 2014) Hal, vii

untuk menayangkan drama Korea dan membuat masyarakat Indonesia semakin gandrung. Rohmanto menyatakan *Korean Wave* merupakan salah satu dari hasil kebudayaan *Hallyu* yang paling digemari oleh banyak masyarakat di dunia.⁷

Salah satu dampak dari *Hallyu* yang tentu diketahui oleh semua orang adalah *K-Pop*, merupakan bentukan *Boyband* maupun *Girlband* yang membawakan musik juga diiringi dengan *Dance*. Menurut Reeves, munculnya budaya populer merupakan salah satu efek dari globalisasi yang berkaitan dengan permasalahan kehidupan sehari-hari. Budaya *Korean Wave* ini juga sudah tidak terasa asing lagi di telinga. Dimana termasuk ke dalam salah satu budaya populer yang dihasilkan dari globalisasi.⁸

Korean Wave sudah sangat terkenal tidak hanya di negara Asia Tenggara tapi juga sudah sampai ke Amerika dan bahkan ke negara lainnya yang awalnya dimulai dari drama Korea dan *K-Pop Idol*.⁹ Munculnya *Korean Wave* di Indonesia menjadi Fenomena yang menarik untuk diteliti, terutama di kalangan Remaja. Dalam kehidupan sehari-hari kerap kali kita temui, pengaruh dari adanya *Korean Wave*, dimulai dari pakaian, makanan, musik, bahkan perlengkapan. Pada awalnya pengaruh budaya Korea dianggap sebagai pengaruh yang tidak baik, akan tetapi

⁷ Rohmanto, Drama, Universitas Terbuka (2014:1.11). hal 2

⁸ Reeves, David, *Angkot dan Bus Minangkabau: Budaya Pop & Nilai-nilai Budaya Pop / Popular Culture & Popular Values*, (Depok : Komunitas Bambu, 2004).

⁹ Galuh Kinanthi Herhayu Adi (2019), *Korean Wave* (Studi Tentang Pengaruh Budaya Korea Pada Penggemar K-Pop di Semarang), Skripsi, Semarang : Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro Semarang.

tentunya setiap hal memiliki pengaruh baik dan tidak baik, salah satunya dimulai dari semakin ramainya orang-orang yang berdagang *street food* atau *Korean food* dengan menu-menu bergaya Korea, hal ini tentunya menarik minat Bagi pelanggan karena termasuk jarang ditemui, selain makanan, berbagai macam *Fashion* dengan *Korean Style* juga hadir dan menjadi favorit di kalangan remaja.

Korean Wave memberikan perubahan salah satunya pada pola gaya hidup, istilah gaya hidup ini sendiri dapat didefinisikan dan menunjukkan minat, pendapat, perilaku, dan orientasi perilaku individu. Menurut Kotler dan Keller gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktifitas, minat dan opininya. Gaya hidup menunjukkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi berinteraksi di dunia.¹⁰

Gaya hidup adalah konsep yang lebih baru dan lebih mudah terukur dibandingkan kepribadian. Gaya hidup didefinisikan sebagai pola di mana orang hidup dan menggunakan uang dan waktunya. Contohnya seperti saat seorang penggemar yang meyisihkan waktunya untuk melihat idola nya tampil dalam sebuah acara musik, salah satunya acara musik yang sering disebut dengan Inikigayo, beberapa *boyband* maupun *girlband* melakukan promosi musik mereka, bahkan ada juga penggemar yang datang ke setiap *event* yang diadakan jika itu berkaitan dengan idola yang disukainya.

¹⁰ Kotler dan Keller, *ManajemenPemasaran, Edisi 12 (Jakarta: Erlangga, 2012), hal 192.*

Sasaran utama *Korean Wave* tidak ditentukan, hanya saja pada masa awal budaya Korea masuk ke Indonesia, remaja menjadi salah satu penikmat paling banyak dari berbagai macam jenis gelombang *Korean Wave* yang ditawarkan oleh negeri ginseng tersebut, dimulai dari musik, makanan, pakaian, bahkan sampai tontonan, dan bahasa. Indonesia juga adalah negara dengan *fans K-Pop* terbanyak di dunia.

Pada umumnya penggemar Korea di Indonesia berada pada usia 10-15 tahun dengan presentase 9,3%, usia 15-20 tahun memiliki presentase 38,1%, usia 20-25 tahun dengan presentase 40,7%, dan sisanya dengan presentase 11,9% adalah usia 25 tahun ke atas, yang dimana berarti *K-Pop* sangat terkenal di Indonesia. Menurut salah satu jurnal yang meneliti mengenai jumlah penggemar Korea yang ada di Indonesia dikatakan bahwa 67,7% penggemar yang menyukai *K-Pop* membuktikan bahwa pemasaran musik Korea atau kebudayaan Korea berhasil menarik sebagian besar masyarakat Indonesia, terutama di kalangan Remaja.¹¹

Korean Wave masuk dimulai dengan adanya tayangan drama televisi pada akhir tahun 1990-an. Karena adanya alur cerita yang menarik dan berbeda dengan drama produksi lokal, membuat drama Korea diminati banyak orang. *Korean Wave* mulai masuk ke Indonesia pada tahun 2000-an, ditandai dengan drama Korea yang banyak menghiasi layar televisi di Indonesia. Beberapa drama Korea yang pernah tayang di Indonesia adalah

¹¹ Hanan Ahmad Alhamid, "*Nusantara : Jurnal Pendidikan, Seni, Sains dan Sosial Humanioral* ", (2023), 1:2, Hal 1-25

Endless Love (2001), *Winter Sonata* (2002), *Jewel in the Palace* (2003), *Full House* (2004), *Princess Hours* (2006).¹²

Berdasarkan *survey* AC Nielsen Indonesia, rating drama *Endless Love* mencapai 10%, artinya telah ditonton oleh 2,8 juta penonton di Indonesia. Hasil rating drama *Endless Love* membuktikan bahwa drama korea mulai berpengaruh di tanah air. Hal inilah yang akhirnya membuat setiap stasiun televisi berlomba-lomba menayangkan drama korea karena adanya peluang industri yang bagus.¹³ Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh *Korean Culture and Information Service* (KOCIS) kepada penggemar drama korea menyatakan bahwa, sekitar 66% penggemar drama korea berada di usia remaja dan dewasa awal usia 20 tahunan, 18% penggemar berusia 30 tahunan, 8% berusia 40 tahunan, 6% berusia 50 tahunan dan 2% berusia di atas 60 tahun.¹⁴

Selain itu berdasarkan hasil survei katadata *Insight Center* (KIC) dan Zigi.id, mayoritas atau 41,1% penggemar di Indonesia mengakses konten Korea Selatan rata-rata mencapai 1 hingga 3 jam per hari. Berikutnya sebanyak 24,7% responden mengakses konten Korea Selatan rata-rata kurang dari 1 jam per hari. Lalu, sebanyak 18,9% responden yang mendengarkan musik atau menonton film Korea Selatan rata-rata selama 3

¹² Fhirda Syiffa Almira, (2023), *Korean Wave : Perkembangan Hingga Dampaknya Terhadap Masyarakat di Kota Jambi 2001-2020*, Skripsi, Jambi : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jambi.

¹³ Valentina Marinescu, *The Global Impact of South Korean Popular Culture* (United Kingdom : Lexington Books, 2014), hlm. 21

¹⁴ <https://indonesian.korea.net/AboutUs/KOCIS> , *Layanan informasi budaya korea* (KOCIS), Diakses pada Sabtu 20 April 2024 pukul 09.26 WIB

hingga 6 jam per hari. Ada pula sebanyak 10,2% responden yang mengakses konten Korea Selatan rata-rata selama lebih 6 jam per hari. Sementara, 5,1% responden tak menyebutkan berapa lama durasi mengakses konten asal Negeri Gingseng. Adapun survei ini dilakukan pada 20-29 juni 2022 secara online terhadap 1.609 responden warga Indonesia penyuka hiburan Korea. Mayoritas responden berasal dari kelompok gen Z dan Milenial.¹⁵

Media sosial dikatakan sebagai suatu layanan internet yang dapat menjadi tempat untuk berkarya, menyampaikan ide, komentar, argumen, hiburan, serta sebagai tempat untuk menerangkan peristiwa yang terjadi, salah satunya adalah sebagai media persebaran informasi terkait dengan budaya luar, media sosial di dominasi oleh pengguna remaja, munculnya *Korean Wave* yang telah berhasil menyihir dan menghipnotis masyarakat Khususnya generasi muda untuk tenggelam dalam budya *Korean Wave*.

Salah satu penelitian yang dilakukan mengenai *Korean Wave* pada skripsi Fhirda Syiffa Almira, dengan Judul “*Korean Wave* Perkembangan Hingga Dampaknya Terhadap Masyarakat di Kota Jambi 2001-2020, bahwa dengan adanya pengaruh Globalisasi yang menyebabkan masuknya *Korean Wave* ke Indonesia, dan salah satunya di kota Jambi bukti hadirnya *Korean Wave* dengan adanya kelompok *Dance* yang melakukan kegiatan

¹⁵ <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/0725/kic-mayoritas-indonesia-dengarkan-musik-tonton-drama-korea-hingga-3-jam-per-hari> Diakses pada Sabtu, 20 April 2024 pukul 15.03 WIB

gathering serta mengadakan lomba *cover dance* dan lagu. Yang juga menimbulkan adanya perubahan gaya hidup.¹⁶

Penelitian yang sama mengenai *Korean Wave* terdapat pada jurnal Diversita oleh Catherine Valenciana dan Jetie Kusmawati Kusna Pudjibudojo, yang berjudul “ *Korean Wave*; Fenomena Budaya Pop Korea Pada Remaja Milenial di Indonesia. Dengan hasil yang sudah dijelaskan, bahwa dapat disimpulkan, antusiasme para remaja milenial di Indonesia akan Budaya Korea sangat besar, karena dengan melalui tayangan drama Korea ataupun *K-Pop Idol*, yang juga menjadi salah satu penyebar *Korean Wave*, remaja Indonesia juga mengenal kebudayaan dan kebiasaan sehari-hari masyarakat Korea. Contohnya seperti makanan khas Korea, tradisi-tradisi di Korea, peringatan dan hari raya yang biasanya di rayakan oleh rakyat Korea, dan lain sebagainya.

Maraknya *Korean Wave* di Indonesia tidak terlepas dari era modernitas dewasa ini. *Korean Wave* tersebar melalui *gadget*. Pengaruh *Korean Wave* , seperti *style* yang bergaya korea, makanan yang digemari, juga banyaknya yang menyaksikan dan mengikuti Drama dari Negeri Ginseng tersebut. Saat ini bukan hanya budaya Korea yang mempengaruhi Remaja atau bahkan orang dewasa, namun pengaruh yang saat ini terlihat mencolok dan menjadi perhatian adalah *Korean Wave*. Pengaruh budaya Korea sudah sampai kepada industry Bisnis. Karena setiap produk yang

¹⁶ Fhirda Syiffa Almira, (2023), *Korean Wave : Perkembangan Hingga Dampaknya Terhadap Masyarakat di Kota Jambi 2001-2020*, Skripsi, Jambi : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jambi.

sedang *Booming* di Korea sana, maka besar kemungkinan akan banyak juga dicari oleh para penggemar dan Peminat dari *Korean Wave*.¹⁷

Korean Wave menawarkan konten yang beragam dan menarik musik K-Pop, drama korea, *film*, *fashion*, kecantikan. Konten-konten ini sering kali dirancang dengan gaya yang menghibur dan memikat, menarik minat remaja yang mencari hiburan dan identitas budaya baru, salah satu alasan mengapa budaya korea lebih menarik minat bagi remaja terutama dibandingkan dengan kebudayaan lain yang ada adalah, industri hiburan korea memiliki strategi yang kuat, termasuk penggunaan media sosial dan platform digital untuk mempromosikan artia, produk, dan konten mereka secara global. Remaja mudah terpapar oleh kampanye pemasaran yang menyasar mereka melalui *platform-platform* ini.

BTS sebagai produk dari budaya populer memiliki penggemar atau *fans* sebagai respon dari status mereka sebagai selebriti. Penggemar yang tergabung dalam suatu komunitas atau kelompok disebut fandom. Fandom memiliki berbagai julukan, sesuai dengan apa yang mereka idolakan. *BTS* memiliki fandom dengan nama *A.R.M.Y (Adorable Representative M.C for Youth)*.¹⁸

Budaya populer Korea sering kali menawarkan narasi yang dapat diidentifikasi dengan masalah-masalah yang relevan bagi remaja, seperti

¹⁷ Catherine Valenciana dan Jette Kusmawati Kusna Pudjibudojo, (2022) yang berjudul “*Korean Wave*; Fenomena Budaya Pop Korea Pada Remaja Milenial di Indonesia, Jurnal Diversita, 8 (2): 212-213.

¹⁸ Rae, K. B, (*Post, Present, And Future of Hallyu (Korean Wave)*). (American International Journal of Contemporary Research, 2015), hlm 154-160

persahabatan, cinta, pertumbuhan pribadi, dan tantangan sosial. Ini membuat remaja merasa terhubung dengan konten tersebut secara emosional dan sosial. *Korean Wave* telah menjadi tren global yang mendunia, dengan artis dan konten Korea sering kali mendapat perhatian Internasional melalui berbagai media. Pengaruh sosial dari penggemar yang berbagi minat yang sama di media sosial juga dapat meningkatkan daya tarik *Korean Wave* di kalangan remaja. Hal inilah yang menjadikan *Korean Wave* lebih kuat menyebar dibandingkan kebudayaan populer lainnya, sehingga mendorong minat mereka untuk mengadopsi gaya hidup dan preferensi yang terkait dengan budaya populer.¹⁹

Berdasarkan hasil pemaparan penelitian tersebut, banyak dari penelitian yang menyimpulkan bahwa adanya *Korean Wave* memberikan beberapa perubahan dalam berbagai bidang, baik bagi penyuka *K-Pop* ataupun non *K-Pop* peneliti tertarik untuk melihat bagaimana peran dari masuknya *Korean Wave* saat ini, dan peran akan budaya Korea ini cukup besar serta menarik jika diteliti. Oleh sebab itu peneliti tertarik meneliti dengan judul: **“Gaya Hidup Korean Wave Pada Remaja (Studi Fenomenologi Penggemar Korea Komunitas Adorable Representative M.C For Youth (ARMY) Di Instagram) ”.**

¹⁹ Hong, Euny, “*Korean Cool*”, (Yogyakarta : Bentang, 2014), hlm. 181.

B. Batasan Masalah

Adanya Batasan masalah dari penelitian ini diharapkan agar dapat mempermudah serta mempertegas ruang lingkup pembahasan, maka peneliti memberi batasan pada “Gaya Hidup *Korean Wave* Pada Remaja (Studi Fenomenologi Penggemar Korea Komunitas *Adorable Representative M.C For Youth (ARMY)* Di Instagram)”

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan turunan dari batasan masalah diatas maka peneliti merumuskan masalah dalam pembahasan ini yaitu :

Bagaimana (Fenomena) Remaja Penggemar Korea Di Instagram Mengintegrasikan Elemen-Element Budaya Korea Ke Dalam Kehidupan Sehari-Hari Mereka ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini:

Untuk Mengetahui Fenomena Remaja Penggemar Korea Di Instagram Mengintegrasikan Elemen-Element Budaya Korea Ke Dalam Kehidupan Sehari Hari Mereka

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pemahaman teoritis tentang bagaimana budaya *Korean Wave*

mengubah gaya hidup seseorang melalui media sosial, khususnya di platform Instagram.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengalaman dalam melakukan penelitian secara langsung dan dapat membawa wawasan lebih jauh mengenai pengetahuan tentang bagaimana proses gaya hidup dari kebudayaan yang banyak tersebar khususnya *Korean Wave* melalui media sosial instagram.
- b. Bagi Civitas Akademika, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur akademik dengan hasil penelitian yang dapat digunakan sebagai referensi untuk studi-studi selanjutnya dalam topik yang sama atau terkait.
- c. Bagi Penggemar budaya pop Korea dan Remaja, penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan dalam memahami fenomena merebaknya budaya pop karena globalisasi dan cara menghadapinya serta dapat menambah wawasan tentang gaya hidup penggemar budaya pop korea. Bukan hanya sebagai mengulas apa itu *Korean Wave*, akan tetapi bagaimana remaja nantinya bukan hanya sekedar suka akan kebudayaan Korea akan tetapi juga dapat mengambil manfaat dari adanya kebudayaan luar yang masuk.

F. Penelitian Terdahulu

Landasan Teori ini memuat dua hal yakni, kajian pustaka dan penelitian terdahulu. Agar tidak terjadinya kesalahpahaman terhadap penelitian yang penulis lakukan, dan untuk memperkuat bahasan ini tentu peneliti memilih penelitian terdahulu yang dianggap paling relevan dengan penelitian ini.

Adapun penelitian terdahulu yang berkaitan dengan tema yang diangkat oleh peneliti sebagai berikut :

- a. Penelitian ini dilakukan oleh Muhammad Yunus, dkk dalam penelitian skripsinya pada tahun 2024 dengan judul *Fenomena Korean Wave Pada Kehidupan Mahasiswa di Kota Banda Aceh*. Metode penelitian yang dilakukan terhadap penelitian tersebut yaitu penelitian dengan metode kualitatif deskriptif, dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis *participant observer*, dimana penulis terlibat langsung di dalamnya juga turun langsung ke lapangan guna meninjau langsung apa yang terjadi di lapangan. Hasil dari penelitian ini adalah *Korean Wave* telah memberikan kontribusi positif dalam memperluas wawasan dan pengetahuan masyarakat indonesia, termasuk di Banda Aceh, mengenai budaya Korea Selatan. Pengaruh teknologi dan antusiasme penggemar *K-pop* telah mempercepat penyebaran budaya korea di negara ini, dan fenomena ini terus berkembang pesat di masa kini. *Korean Wave* memberikan dampak

positif dan dampak negatif terhadap kalangan mahasiswa di Banda Aceh, dampak positifnya antara lain, menjadi inspirasi *fashion*, inspirasi bekerja keras bagi kalangan mahasiswa, kemudian untuk dampak negatifnya dapat menghabiskan uang, dan halusinasi berlebihan.²⁰

- b. Penelitian ini dilakukan oleh Linggih Wais Kurniasih dalam penelitian skripsinya pada tahun 2024 dengan judul Pengaruh Fenomena Hallyu (*Korean Wave*) Terhadap Gaya Hidup Remaja ARMY (*Adorable Reresentative M.C. For Youth*) Banyuwangi. Metode penelitian yang dilakukan terhadap penelitian tersebut yaitu penelitian dengan metode kuantitatif, peneliti memilih jenis korelasi karena mereka ingin mengetahui bagaimana dua variabel dari penelitian ini berhubungan dengan lainnya, variabel *hallyu* atau gelombang korea, adalah variable *independent*, dan variabel gaya hidup adalah variabel *dependent* Hasil penelitian menunjukkan *Hallyu (Korean Wave)* memiliki dampak secara baik pada gaya hidup remaja *Army (Adorable Reresentative M.C. For Youth)* *Banyuwangi*. Di antaranya faktor internal seseorang yaitu ada kepribadian, pengamatan dan pengalaman, motif, konsep diri dan

²⁰ Muhammad Yunus Ahmad, *Fenomena Korean Wave Pada Kehidupan Mahasiswa di Kota Banda Aceh*, Skripsi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, Jurnal Adabiya : Vol. 26 No. 1, February 2024, h 120-121.

faktor eksternal, ada kelas sosial, kelompok referensi, kebudayaan dan keluarga.²¹

- c. Penelitian ini dilakukan oleh Fitri Kala dalam penelitian skripsinya pada tahun 2022 dengan judul *Fenomena Korean Wave Pada Perilaku Konsumsi Remaja (Studi Pada Fandom K-Pop di Kota Tangerang Provinsi Banten)*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu dengan penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, dalam penelitian ini adalah untuk mengeksplor dan memahami tentang perspektif individu yang menjadi informan dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Korean Wave* mempunyai *Soft Power* yang berperan sebagai penentu perilaku konsumsi para remaja di kota Tangerang melalui karakteristik dari drama Korea dan *K-Pop*. Seperti berlangganan *platform* musik, mengoleksi *merchandise*, dampak positif nya para remaja mampu mengenal dan mempelajari budaya baru. Dampak negatif dari *Korean Wave* yang dirasakan oleh para remaja adalah menjadi konsumtif karena sering membeli barang-barang tanpa berpikir panjang sehingga membuat para remaja menimbulkan perilaku konsumsi yang irasional.²²

²¹ Linggih Wais Kurniasih (2023). *Pengaruh Fenomena Hallyu (Korean Wave) Terhadap Gaya Hidup Remaja ARMY (Adorable Representative M.C. For Youth) Banyuwangi*. Skripsi Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq-Jember

²² Fitri Kala (2022). *Fenomena Korean Wave Pada Perilaku Konsumsi Remaja (Studi Pada Fandom K-Pop di Kota Tangerang Provinsi Banten)*. Skripsi Universitas Lampung Bandar Lampung.

Untuk memudahkan pembaca, peneliti juga sajikan tabel untuk meringkas persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu pada uraian dibawah ini. Berikut peneliti sajikan tabel sebagai berikut :

Tabel 1.1

Penelitian Terdahulu

No	Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	Skripsi oleh Muhammad Yunus, dkk dalam penelitian skripsinya pada tahun 2023, dengan judul Fenomena <i>Korean Wave</i> Pada Kehidupan Mahasiswa di Kota Banda Aceh Pengguna Instagram Dengan <i>Social Comparison</i> Pada Dewasa Awal.	1. Teori yang digunakan 2. Teknik pengumpulan data 3. Membahas mengenai <i>Korean Wave</i>	1. Fokus penelitian 2. Media sosial 3. Penentuan subjek penelitian	Hasil dari penelitian ini adalah Korean Wave telah memberikan kontribusi positif dalam memperluas wawasan dan pengetahuan masyarakat indonesia, termasuk di Banda Aceh, mengenai budaya Korea Selatan. <i>Korean Wave</i> memberikan dampak positif dan dampak negatif terhadap kalangan

				mahasiswa di Banda Aceh
2.	Skripsi oleh Linggih Wais Kurniasih dalam penelitian skripsinya pada tahun 2024 dengan judul Pengaruh Fenomena Hallyu (Korean Wave) Terhadap Gaya Hidup Remaja ARMY (Adorable Representative M.C. For Youth) Banyuwangi.	1. Subjek Penelitian 2. Fokus pembahasan	1. Metode penelitian 2. Teknik Pengumpulan Data 3. Media Sosial	Hasil penelitian menunjukkan <i>Hallyu (Korean Wave)</i> memiliki dampak secara baik pada gaya hidup remaja Army. Di antaranya faktor internal seseorang yaitu ada kepribadian, pengamatan dan pengalaman, motif, konsep diri dan faktor eksternal, ada kelas sosial, kelompok referensi, kebudayaan dan keluarga.
3.	Skripsi oleh Fitri Kala dalam penelitian skripsinya pada tahun 2022 dengan judul	1. Fokus pembahasan 2. Subjek penelitian 3. Teknik pengumpulan data	1. Jumlah responden 2. Pokok pembahasan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Korean Wave</i> mempunyai <i>Soft Power</i> yang

	Fenomena <i>Korean Wavve</i> Pada Perilaku Konsumsi Remaja (Studi Pada Fandom K- Pop di Kota Tangerang Provinsi Banten..			berperan sebagai penentu perilaku konsumsi para remaja di kota Tangerang melalui karakteristik dari drama Korea dan K-Pop.
--	--	--	--	--

Sumber : Diolah dari hasil penelitian

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas merupakan sebuah ringkasan terkait penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Tentunya hal ini agar tidak terjadinya gap *research* atau keselarasan terkait data, konsep maupun hasil penelitian terdahulu yang dengan demikian terkait dengan data yang digunakan oleh peneliti, yang dengan demikian terdapat beberapa persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Teori Gaya Hidup

Teori gaya hidup mengacu pada pandangan dan konsep yang menjelaskan bagaimana individu atau kelompok mengorganisasi dan menjalani kehidupan mereka, termasuk kebiasaan, nilai, dan pola perilaku membentuk cara mereka hidup sehari-hari. Minat manusia atau seseorang terkait berbagai hal dipengaruhi oleh gaya hidupnya, dan apa yang mereka beli apa yang mereka gunakan dan apa yang mereka lakukan mencerminkan bagaimana gaya hidup mereka, seperti Teori Gaya Hidup menurut Bourdieu dimana gaya hidup seseorang dipahami sebagai hasil dari interaksi antara manusia sebagai subjek, sekaligus objek dalam masyarakat. Pandangan Bourdieu telah membangun sebuah “*Habitus*”, yakni modal pengetahuan atau budaya sehari-hari yang merefleksikan pengalaman rutin dengan tingkah laku yang sesuai dengan suatu budaya tertentu.²³

Max Weber juga mengemukakan bentuk gaya hidup lewat teori tindakan sosial berorientasi pada motif dan tujuan pelaku. Dengan menggunakan teori ini kita dapat memahami perilaku setiap individu maupun kelompok bahwa masing-masing memiliki motif dan tujuan yang berbeda terhadap sebuah tindakan yang dilakukan. Dengan

²³ Nurudin, Pengantar Komunikasi Massa, (Jakarta: PT RAJA GRAFINDO PERSADA 2017), hal 191-192.

memahami perilaku setiap individu maupun kelompok, sama halnya kita telah menghargai dan memahami alasan-alasan mereka dalam melakukan suatu tindakan.²⁴ Manusia dalam masyarakat merupakan pelaku yang kreatif dan realitas sosial bukan merupakan alat yang statis dari pada paksaan fakta sosial.

Teori gaya hidup mengajarkan bahwa gaya hidup tidak hanya dipengaruhi oleh faktor individu, tetapi juga oleh faktor sosial, ekonomi, budaya, dan bahkan politik. Masing-masing teori gaya hidup memberikan pandangan yang berbeda tentang bagaimana gaya hidup terbentuk dan berubah, dan bagaimana hal tersebut berhubungan dengan identitas, status sosial, dan kesejahteraan individu. Minat manusia dalam berbagai barang dipengaruhi oleh gaya hidupnya dan barang yang mereka beli serta apa yang menjadi konsumsi sehari-hari mencerminkan gaya hidupnya

1. Gaya Hidup Menurut Pierre Bourdieu

Menurut Pierre Bourdieu, gaya hidup adalah praktik yang tertanam dan diberlakukan oleh budaya kelas. Ada beberapa konsep Bourdieu yang berkaitan dengan gaya hidup :

a. Habitus

Teori ini adalah teori yang menekankan pada struktur dan objektivitas dipadukan dengan teori yang menekankan peran yang dimainkan aktor serta subjektivitasnya dalam karya Bourdieu.

²⁴ Pip Jones, *Pengantar Teori-Teori Sosial: Dari Teori Fungsionalisme Hingga Postmodernisme*, (Jakarta: Pustaka Obor, 2003), hlm 115.

Ide-idenya memiliki potensi untuk memiliki dampak yang signifikan pada ilmu-ilmu sosial, khususnya. Antropologi Budaya. Gagasan habitus telah terbukti efektif dalam karyanya. Dengan menawarkan pembenaran-pembenaran yang dapat memotivasi suatu tindakan, dominasi sosial tidak lagi hanya dilihat dari hasil luarnya saja, tetapi juga dari sesuatu yang terinternalisasi.

Semua anggota struktur sosial, termasuk individu dan kelompok masyarakat, yang terjalin dalam jaringan kontak sosial dan komunikasi sosial budaya yang kompleks. Dalam pandangan peneliti, teori habitus dalam ranah sosial ini mengacu pada penyebaran budaya Korea yang masuk melalui media sosial, akhirnya menyebar dan selalu *update* sesuai dengan perkembangan yang ada dan diikuti oleh penggemar dari negeri ginseng tersebut, baik dari segi musik, makanan, bahkan hal mengenai kehidupan pribadi idol juga menjadi salah satu informasi yang dicari.

Habitus mengacu pada kerangka mental atau kognitif yang digunakan orang untuk berinteraksi dengan orang lain.²⁵ *Habitus* adalah kerangka interpretif untuk memahami dan mengevaluasi realitas, dan juga berfungsi sebagai katalis untuk pengembangan gaya hidup yang menganut pola objektif. *Habitus* merupakan

²⁵ Ritzer, George & Goodman, *teori sosiologi dari klasik hingga post modern trans*, (Yogyakarta : Penciptaan Wacana, 2012), hlm 581.

pondasi kepribadian individu dan kedua hal tersebut saling berkaitan perilaku individu yang lebih improvisasi dan tidak terlalu dibatasi oleh norma diperhitungkan dalam membangun kebiasaan dalam metode ini. *Habitus* adalah konsekuensi dari kemampuan seseorang untuk melakukan suatu tugas dengan cara yang tampak alami dan dipelajari dalam konteks sosial tertentu.

b. Modal

Dalam arena produksi kultural yang berlangsung dalam masyarakat, *habitus* yang telah menjadi kebiasaan yang terinternalisasi dari ruang kesadaran eksternal individu tidak dapat dipisahkan dari apa yang disebutnya sebagai modal. Bourdieu menempatkan individu dalam ruang sosial, sebagai anggota kelas sosial individu harus memiliki modal, modal adalah pemusatan kekuatan tertentu yang beroperasi dalam suatu domain, yang mengharuskan individu memiliki modal khusus agar dapat bertahan dan bertahan hidup dengan baik di dalamnya.

Menurut Bourdieu, ada 4 macam modal yang menjadi pertarungan dalam sebuah arena yaitu modal ekonomi, modal sosial, modal budaya, dan modal simbolik. Fungsi modal. Menurut Bourdieu, adalah suatu bentuk hubungan sosial dalam suatu sistem pertukaran, yang menampilkan dirinya sebagai sesuatu yang langka, yang memang layak dicari dalam suatu

bentuk sosial tertentu. Keempat jenis modal tersebut didefinisikan sebagai berikut :

1. Modal Ekonomi

Istilah “modal ekonomi” mengacu pada sumber daya yang merupakan sumber pendapatan dan kapital. Sumber daya material seperti mesin, bahan ,mentah, dan uang, semuanya termasuk di sini. Bourdieu melihat modal ekonomi ini penting karena dapat segera dialihkan dan diubah menjadi hak milik individu. Sebagai modal, modal ekonomi ini dapat digunakan dan disesuaikan dengan industri yang berbeda dan juga cukup fleksibel untuk diserahkan kepada orang lain.

2. Modal Budaya

Modal ini berupa selera budaya dan pola-pola konsumsi, modal budaya dapat mencakup prperti skala luas seperti seni, pendidikan, dan bentuk-bentuk bahasa. Bagi Bourdieu modal budaya berperan sebagai relasi sosial yang terdapat di dalam sistem pertukaran dan modal ini diperluas pada segala bentuk barang, baik materi maupun simbol, mosal budaya mengacu pada keterampilan individu seperti sikap,penampilan, cara bergaul, pengetahuan, bahasa, dan sebagainya.

3. Modal Sosial

Dalam interaksi sosial, yang penting bagi seseorang individu adalah hubungannya dengan individu lain. Dalam

perspektif sosiologi, hubungan antar individu menjadi pondasi dari terjalinnya suatu kehidupan sosial, setelah kehidupan sosial terjalin maka akan terbentuk sebuah ikatan yang menjadi bangunan sosial lebih besar. Modal sosial merupakan sekumpulan sumber daya atau potensi sumber daya yang terkait dengan dunia sosial, sebuah jaringan yang terlembaga, saling mengenal, dan saling mengakui.

4. Modal Simbolik

Modal ini mencakup segala bentuk *prestise*, status, otoritas, dan legitimasi.²⁶ Ide Bourdieu tentang modal adalah konsep ini mencakup kemampuan melakukan kontrol terhadap masa depan diri sendiri dan orang lain, ini merupakan pemusatan segala kekuatan yang hanya bisa ditemukan dalam sebuah arena melalui modal individu dan masyarakat dapat dimediasi secara teoritik.

c. Arena

Arena, medan, atau ranah (*field*) adalah satu jaringan relasi antara pendirian-pendirian objektif yang ada di dalamnya. Hubungan itu terpisah dari kesadaran dan kehendak individu. Mereka bukan ikatan-ikatan intersubjektif antar individu. Bourdieu melihat arena seperti halnya medan pertempuran, di arena pertempuran, dibutuhkan struktur-struktur untuk mengatur

²⁶ Selamat, Yulius, *Modal Sosial dan Kemiskinan : Tinjauan Teoritik dan Kajian di Kalangan Penduduk Miskin di Perkotaan*, (Surakarta : UNS Press), 2012, hlm, 12.

strategi dalam menempatkan posisi individu atau kelompok guna menentukan sebuah rencana penyerangan atau sistem bertahan.

Berpikir dalam konteks arena, perlu diperhatikan konsep sentralitas relasi sosial. Bourdieu mengatakan bahwa arena adalah suatu konfigurasi dari relasi antar objek yang posisinya secara objektif didefinisikan dalam eksistensinya dan dalam determinasi yang ia terapkan pada manusia atau institusi dengan situasi kekinian dan situasi potensinya dalam struktur distribusi kekuasaan atau modal yang penguasanya mengarah pada keuntungan spesifik yang dipertaruhkan di dalam arena maupun relasi objeknya dengan posisi objek lainnya.

Rumusan konsep arena ini menunjukkan suatu usaha menerapkan apa yang disebut oleh Bourdieu dari istilah *Casier* bagaimana cara pandang rasional terhadap produk kultural. Pandangan ini mensyaratkan pemisahan diri dari persepsi umum atau substansialistik mengenai dunia sosial. Dikarenakan Bourdieu melihat setiap elemen berdasarkan dengan relasinya pada elemen-elemen di dalam sebuah sistem yang dimana dari elemen tersebut mendapatkan apa itu makna dan fungsinya.²⁷

²⁷ Bourdieu, *Arena Produksi Kultural : Sebuah Kajian Sosiologi Budaya*, (Bantul : Kreasi Wacana, 2012), hlm. 153.

d. Praktik

Teori praktik yang dirumuskan Pierre Bourdieu memiliki rumusan generatif yaitu : $(\text{Habitus} \times \text{Modal}) + \text{Arena} = \text{Praktik}$.²⁸ Teori praktik merupakan salah satu dari pemikiran Bourdieu dalam meracik formula dalam menganalisis praktik sosial. Yang dimana habitus menjadi pondasi awal dari perkembangan menuju praktik sosial, setelah benturan habitus terjadi maka diperlukan formula kedua yakni modal, sebagai kaki tangan untuk merealisasikan sebuah gesekan habitus tersebut.

Salah satu konsep yang menarik akan perubahan gaya hidup yang terkait akan kebiasaan konsumsi, adalah habitus. Konsep habitus Pierre Bourdieu dipahami sebagai sistem disposisi yang relatif permanen dan dapat ditransfer ke berbagai situasi dan konteks. Hal ini dibentuk dengan dunia di sekitar mereka. Bourdieu menekankan bahwa habitus bukan sekedar cerminan struktur eksternal tetapi juga merupakan kekuatan aktif yang membentuk dunia sosial.²⁹

Gaya hidup dalam pandangan Bourdieu diartikan bahwa gaya hidup dilakukan sebagai ruang atau persisnya ruang gaya hidup yang bersifat plural yang di dalamnya para anggota kelompok sosial membangun kebiasaan- kebiasaan sosial mereka, gaya hidup terbentuk

²⁸ Fashri, Fauzi, Pierre Bourdieu : *Menyingkap Kuasa Simbol*, (Yogyakarta : Jalan Sutra, 2010), hlm 107.

²⁹ Ciek Julyati Hisyam, Dkk, “*Habitus Mempengaruhi Gaya Hidup dan Identitas Sosial Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta Menurut Perspektif Bourdieu*”. Jurnal Motivasi Pendidikan dan Bahasa Vol.2 No.2, Juni 2024, hal 80-92.

sebagai produksi sistematis dari kebiasaan tindakan atau yang biasa disebut dengan habitus. Habitus juga berperan dalam membentuk pola konsumsi seseorang, termasuk cara mereka mengelola keuangan dan memilih barang-barang konsumsi.³⁰

Gaya hidup mencerminkan pilihan-pilihan yang dibuat seseorang dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk *mode*, konsumsi, hiburan dan kegiatan sosial, dalam gaya hidup sehari-hari habitus juga mempengaruhi bagaimana seseorang mengatur kehidupan sehari-hari mereka.

2. Integrasi 3F dalam Gaya Hidup

Kehadiran budaya populer dalam kehidupan masyarakat pada suatu kondisi tertentu dapat digunakan untuk melihat atau menggambarkan gaya hidup (*life style*) dan kehidupan yang sedang dialami. Gaya hidup *food, fun, fashion* merupakan salah satu fenomena budaya populer yang saat ini sedang dilakukan oleh masyarakat. Dimana kegiatan makan hiburan dan gaya berpakaian tidak hanya diartikan secara harfiah, namun terdapat suatu makna atau symbol yang ingin ditunjukkan oleh pelakunya dalam hal ini adalah remaja. Dengan kata lain, dalam fenomena gaya hidup *food, fun, dan fashion* (3f) juga terdapat pergeseran makna sebenarnya dari kegiatan tersebut yang menunjukkan simbol atau status sosial ekonomi individu dalam masyarakat.

³⁰ Pierre Bourdieu, “*Distinction : A Social Critique Of The Judgement Of Taste*”, (London : Routledge, 1992).

a. Food (Makanan)

Food atau makanan secara harfiah diartikan sebagai segala sesuatu yang dapat dimakan. Pada fenomena gaya hidup *food, fun, dan fashion (3f)* kegiatan *food* memiliki makna ganda yaitu makan bukan hanya kegiatan untuk memasukkan makanan serta menuntaskan rasa lapar dan makanan bukan hanya sesuatu yang dapat dimakan. Makna *food* lebih mengarah pada penunjukkan dan penguatan status sosial ekonomi individu melalui makanan apa yang dimakan, dan dimana lokasi melakukan makan. Makanan yang dianggap berasal dari merek atau *brand* terkenal, makanan yang kekinian dan dianggap memiliki harga yang mahal sering digunakan untuk mewakili status sosial ekonomi yang tinggi atau memiliki gaya hidup kelas atas. Gerai makanan cepat saji atau *fast food* menjadi salah satu pilihan mayoritas pelaku gaya hidup *food, fun, dan fashion (3f)* dalam melakukan kegiatan makan karena dianggap memiliki penyajian yang cepat, tempat saji yang higienis, dianggap makanan bergengsi, makanan modern, dan makanan gaul

b. Fun (Hiburan)

Fun atau hiburan secara harfiah memiliki arti sebagai sesuatu kegiatan yang dapat menghibur diri. *Fun* pada fenomena gaya hidup *food, fun, dan fashion (3f)* bermaksud bahwa kegiatan hiburan yang dipilih dan dilakukan individu

menunjukkan simbol gaya hidup yang dimiliki berdasarkan status sosial dan ekonomi. Kegiatan *fun* seringkali dilakukan untuk memenuhi waktu luang atau (*leisure activity*) dan membentuk suatu budaya gaya hidup pada kawula muda (*youth culture*) yang berorientasi pada gaya hidup *Fun*. Banyaknya kegiatan hiburan yang dapat dilakukan seperti gemar menonton *film* ke bioskop, *karaoke*, olahraga, menonton konser musik dengan berbagai aliran musik tertentu, jalan-jalan ke *mall*, berbelanja, nongkrong di *café*, berlibur ke luar kota atau bahkan ke luar negeri, mengunjungi museum, menonton pertunjukkan seni, bermain *game online* atau konser. Kegiatan *fun* atau hiburan yang dilakukan oleh pelaku gaya hidup *food*, *fun*, dan *fashion* biasanya kegiatan yang dianggap kekinian, gaul, *modern*, dan dapat menunjukkan gaya hidup yang dimiliki.

c. Fashion (Pakaian)

Fashion atau gaya berpakaian juga menjadi salah satu aspek yang tidak dapat terpisahkan dalam fenomena gaya hidup *food*, *fun*, dan *fashion* (*3f*) sebagai gaya hidup dalam budaya populer. Pada saat ini individu sebagai pelaku *food*, *fun*, dan *fashion* (*3f*) gemar menggunakan pakaian atau outfit yang berasal dari merek-merek tertentu mulai dari ujung kepala hingga ujung kaki. Penggunaan pakaian atau outfit dari merek tertentu mayoritas digunakan untuk meningkatkan kepercayaan diri,

menunjukkan status sosial yang dimiliki dan juga ingin diakui oleh lingkungan sosialnya. *Fashion* atau gaya berpakaian dimulai dari penggunaan aksesoris kepala, baju, celana atau rok, sepatu, sandal, tas, jam tangan, perhiasan, serta *gadget* yang digunakan dalam keseharian. Selain itu, bagi seorang perempuan make up atau kosmetik juga menjadi salah satu bagian yang tidak dapat dipisahkan dari *fashion*. Gaya berpakaian yang berasal dari merek terkenal tentunya memiliki harga yang tidak murah dan oleh karena itu gaya berpakaian menjadi salah satu simbol baru dalam penunjukkan simbol status dan gaya hidup. Terkait dengan *fashion*, merek menjadi salah satu alasan yang dipertimbangkan dalam menentukan gaya berpakaian.

Gaya hidup budaya populer *food, fun, dan fashion (3f)* membuktikan adanya pergeseran makna dari kegiatan makan, hiburan dan gaya berpakaian yang dialami oleh individu saat ini. *Food, fun, dan fashion (3f)* menjadi suatu gaya hidup atau *lifestyle* baru yang diminati oleh individu khususnya remaja dalam kesehariannya. Seseorang dapat dikatakan sebagai pelaku atau peminat dari gaya hidup *food, fun, dan fashion (3f)* dapat dilihat melalui rutinitas makan, hiburan dan gaya berpakaian yang mayoritas menggunakan pada suatu merek tertentu dan merepresentasikan hal-hal yang *modern, up to date*, atau kekinian. Contohnya konsumsi makanan dari *restaurant*

tertentu atau makan di *Mall* atau *café*, melakukan kegiatan hiburan yang kekinian, dan menggunakan gaya berpakaian yang modis dengan merek-merek terkenal. Fenomena *food*, *fun*, dan *fashion (3f)* sebagai gaya hidup saat ini terus mengalami perkembangan, salah satu alasannya karena didukung oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam bentuk media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, dan *Instagram*. Media sosial tersebut menjadi salah satu sarana untuk menunjukkan kepada publik terkait *food*, *fun*, dan *fashion (3f)* sebagai gaya hidup yang dilakukan.³¹

3. Gaya Hidup Remaja dan Budaya Populer

Gaya hidup bisa diartikan sebagai tata cara yang dijalani seseorang dalam menjalankan kehidupan sehari-hari. Gaya hidup anak remaja masa kini memang lebih maju, terbuka dibandingkan dengan zaman dahulu, pola pikir, cara bertindak, cara berbicara, bahkan kebiasaan sehari-hari pun sangat juga dipengaruhi oleh gaya hidup *modern* yang tidak lain adalah generalisasi budaya barat, yang dimana salah satunya juga terdapat budaya Korea.

Remaja sering kali didefinisikan sebagai periode transisi antara masa kanak-kanak ke masa dewasa, atau masa usia belasan tahun, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa remaja adalah individu yang sedang berada pada masa peralihan, baik dari aspek fisik, psikis, dan

³¹ Chaney, David, *Lifestyles: Sebuah Pengantar Komprehensif*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2017).

sosial. Terdapat batasan usia pada masa remaja, berdasarkan usia masa remaja dibedakan menjadi tiga tahap, yaitu remaja awal (10-13 tahun), remaja tengah (14-17 tahun), dan remaja akhir (usia 18-21 tahun).³² WHO mengungkapkan bahwa remaja sejatinya berada dalam rentang usia 10-24 tahun.

Gaya hidup yang terkenal adalah fashion, ide atau pandangan, dan sikap yang benar-benar berbeda dari budaya arus utama (gaya hidup tinggi). Secara etimologis, istilah budaya populer (cultural popular) berasal dari bahasa Spanyol dan Portugis, yang artinya adalah suatu bagian dari gaya hidup yang bersumber dari manusia. Istilah penyebutan budaya populer dalam sejarahnya muncul pertama kali pada awal abad ke-19 dengan bertumpu pada aspek pendidikan dan “*culturedness*” pada masyarakat kalangan kelas bawah. Budaya pop bersifat kontemporer, dimana budaya ini bisa berubah sewaktu-waktu dan muncul secara unik di berbagai tempat dan waktu yang berlainan, mengikuti perkembangan zaman, serta eksistensinya sedang berkembang baik di masyarakat.³³

Budaya populer adalah budaya yang lahir atas kehendak media. Artinya, jika media mampu memproduksi sebuah bentuk budaya, maka publik akan menyerapnya dan menjadikannya sebagai sebuah bentuk kebudayaan. Populer yang kita bicarakan disini tidak

³² Steinberg, *Tenth Edition : Adolescence (Tenth Edit)*, (McGraw : Hill Education, 2013).

³³ Dosen sosiologi, *Pengertian Budaya populer , Ciri, Proses, Macam, Dan Contohnya*, Dosensosiologi.Com, 2021 <https://Dosensosiologi.Com/Budaya-Populer/>

terlepas dari perilaku konsumsi dan determinasi media massa terhadap publik yang bertindak sebagai konsumen.³⁴ Pada awal perkembangannya di Eropa, budaya populer semakin dimaknai sebagai budaya yang melekat pada gaya hidup masyarakat dalam kelas sosial yang lebih rendah, yang menjadi pembeda dari subkultur pada elit-elit tertentu. Demikian pula, budaya populer juga sering diidentikkan dengan periode waktu “*mass culture*” atau gaya hidup budaya massa, yang diciptakan dan dicintai secara massal.

Dalam pengertian ini, budaya massa dipahami sebagai Budaya populer yang diproduksi melalui teknik produksi massal dan diproduksi demi keuntungan. Budaya massa adalah budaya komersial, produk massal untuk pasar massal. Budaya massa, dengan demikian tidak lain dari metamorfosa komoditi dalam bentuknya yang lebih canggih, lebih halus dan lebih memikat.

B. Gelombang Budaya Korean Wave

Korean Wave atau juga memiliki sebutan *Hallyu* sebagai salah satu gelombang budaya luar, merupakan sebuah produk kebudayaan yang muncul pasca keemasan produk budaya Jepang pada era akhir 1970 sampai pada pertengahan 1990-an (animasi, komik, *game*, musik, dan drama *TV*). Dibandingkan dengan kedua produk tersebut *Hallyu* lebih dapat meluas karena sifatnya yang dianggap lebih terbuka dan

³⁴ Rizky Ramanda Gustam, “Karakteristik Media Sosial Dalam Membentuk Budaya populer Korean Pop Di Kalangan Komunitas Samarinda Dan Balikpapan”, *Ejournal Ilmu Komunikasi*, No. 3 (2015): 232-233.

menghindari segala bentuk diskriminasi. *Hallyu* juga menjadi sebuah produk budaya alternatif yang mencoba mencampurkan dua unsur budaya yaitu budaya Barat dan budaya Timur namun tidak meninggalkan kekhasan budaya lokalnya.³⁵

Istilah *Hallyu* pertama kali diperkenalkan oleh media China untuk menggambarkan kehebohan hiburan Korea di China pada akhir tahun 90an. *Hallyu* sebagai sebuah fenomena budaya terkini di Korea Selatan dan telah merambah sampai benua Eropa dan Amerika. Bukan hanya lewat film, drama, musik, dan pesona para bintangnya. Korea Selatan juga melebarkan popularitasnya melalui makanan dan bahasa yang juga merupakan budaya dari warga di Korea Selatan³⁶

Hallyu berasal dari kata *Han Liu* yang berarti *Korean Wave* atau gelombang korea. *Hallyu* merupakan penyebaran gelombang budaya populer modern dan dunia hiburan Korea ke seluruh dunia yang berupa musik populer (*K-pop*), drama tv (*k-drama*), film, animasi, game, kuliner bahkan *Fashion*³⁷. *Hallyu* muncul setelah Korea memasuki tahap diplomasi dengan Republik Rakyat Tiongkok (RRT) pada tahun 1992.

Hallyu pertama kali menyebar pada awal tahun 1996, yaitu pada saat music group beraliran pop Korea, seperti *H.O.T*, *Baby Vox*, dan *the National Ballet Company* masuk ke dalam pasar Tiongkok, yang kemudian

³⁵ Annisa Valentina, Ratna Istriyani. “Gelombang Globalisasi ala Korea Selatan”. Jurnal Pemikiran Sosiologi Vol.2 No.2, November 2013, hal 73.

³⁶ Ibid, hal 74.

³⁷ Je Seong, Jeon dan Yuwanto, *Era Emas Hubungan Indonesia-Korea : Pertukaran Kultural Melalui Investasi dan Migrasi*. (Jakarta : Penerbit Buku Kompas, 2014). Hal, 07

diikuti pula oleh penayangan drama televisi Korea. Menurut beberapa literatur, istilah *Korean Wave* atau *Hallyu* diperkenalkan pertama kali oleh media massa Tiongkok, yaitu *Qingnianbao* pada tahun 1999, untuk menunjukkan kepopuleran hiburan Korea yang berkembang pesat di negara tersebut.³⁸

Indonesia juga tidak lepas menjadi salah satu negara yang terkena pengaruh *Korean Wave*. Hal ini dapat dilihat dari meningkatnya jumlah wisatawan dari Indonesia ke Korea Selatan, seperti yang diberitakan di situs Kompas.com “Jumlah Wisatawan *MICE* Indonesia tahun 2018 ke Korea Meningkat” yang menyebutkan jumlah wisatawan Indonesia ke Korea mengalami peningkatan³⁹. Bukan hanya dari hal wisata, perilaku konsumsi masyarakat Indonesia juga mengalami perubahan, dimana produk-produk Korea dan *trend-trend* berbau Korea mulai menjadi incaran.

Pengaruh ini juga dapat dilihat dari munculnya berbagai macam produk Korea dalam pasar Indonesia, salah satunya kosmetik pada pemberitaan yang ada di situs berita *online* Tirto.id dikatakan bahwa Korea Selatan menjadikan Indonesia sebagai potensi besar pemasaran kosmetik

³⁸ Hae Joang, “*Reading the Korean Wave as a Sign of Global Shift*” Korea Journal, vol. 45, no. 4 (2005). Hal. 167.

³⁹ Sherly Puspita, “*Jumlah Wisatawan Mice Indonesia Tahun 2018 ke Korea Meningkat*” (<https://travel.kompas.com/read/2019/04/12/200400327/jumlah-wisatawan-mice-Indonesia-tahun-2018-ke-Korea-meningkat->, diakses pada 09 Desember 2024).

karena Indonesia adalah salah satu kantong *fanbase* terbesar di dunia⁴⁰. Bukan hanya kosmetik *trend* pakaian, makanan dan bahasa Korea pun sudah mulai mewabah di Indonesia, hal ini dibuktikan dari maraknya restoran-restoran Korea dan *booth street food* Korea, baju-baju dengan *style* ala Korea.

1. Jenis-jenis Gelombang Budaya Korean Wave

Banyak jenis gelombang *Korean Wave* yang hadir di tengah-tengah budaya yang masuk dalam konsumsi budaya pop Korea, berikut adalah berbagai jenis-jenis gelombang budaya Korea yang saat ini menyebar :

a. K-Drama

Dalam *Korean Wave*, *K-Drama* menjadi salah satu elemen yang paling menarik perhatian. Alur cerita yang menarik, aktor dan aktris yang populer, serta sinematografi yang indah membuat *K-Drama* sangat digemari oleh penonton Indonesia. *K-Drama* memiliki berbagai *genre*, mulai dari romansa, komedi, hingga thriller. Fenomena hallyu telah membawa budaya Korea langsung ke layar televisi di Indonesia.

b. K-Pop

Korean Pop atau *K-Pop* merujuk pada *genre* musik pop Korea yang telah menjadi fenomena global. Tidak hanya sebatas musik, *K-Pop* juga membawa tren tarian yang energetik dan gaya

⁴⁰ Aditya Widya Putri. “Indonesia: pasar Menggiurkan Bagi Bisnis Budaya Pop Korea”, (<https://tirto.id/Indonesia-pasar-menggiurkan-bagi-bisnis-budaya-pop-korea-dgq9>, diakses pada 09 Desember 2024).

berpakaian yang unik. Konser *K-Pop* di Indonesia juga tentu menjadi acara yang dinantikan oleh penggemar setia, menciptakan kegembiraan di kalangan masyarakat.

c. K-Food

Selain musik dan drama, *Korean wave* juga membawa masakan Korea (*K-Food*) yang memikat lidah banyak orang. Restoran Korea dan makanan Korea yang dihadirkan dalam drama atau *variety show* membuat masyarakat Indonesia penasaran untuk mencoba sendiri. Hal ini menciptakan keberagaman kuliner di Indonesia.

d. K-Fashion

Fashion Korea merujuk pada gaya busana dan tren mode yang berasal dari Korea Selatan. Gaya *fashion* Korea dikenal dengan keunikannya yang menggabungkan elemen-elemen tradisional dan modern, serta sering kali mengutamakan kesan minimalis, elegan, dan kreatif. Beberapa ciri khas dari fashion Korea termasuk pemilihan warna yang *soft* atau pastel, pakaian yang berlapis-lapis, serta aksesoris yang *stylish* namun tidak berlebihan. Selain itu, *fashion* Korea sangat dipengaruhi oleh industri hiburan, seperti *K-pop* dan drama Korea, yang sering menjadi sumber inspirasi bagi banyak orang dalam memilih gaya berpakaian.

Gaya ini juga dikenal dengan kesan *youthful* atau muda, sering kali menonjolkan potongan pakaian yang longgar dan nyaman. *Mode* Korea semakin populer di seluruh dunia, terutama di kalangan generasi muda, berkat pengaruh *K-pop* dan budaya Korea yang berkembang pesat.⁴¹

2. Instagram dan Komunitas Korea di Indonesia

Seiring dengan berkembangnya zaman serta internet, banyak media yang dapat memudahkan seseorang untuk berinteraksi dengan dunia luar. Media sosial berupa Instagram merupakan sebuah media yang mengaplikasikan komunikasi hal yang paling penting dalam kehidupan sehari-hari. Instagram sendiri muncul akibat sebuah perkembangan internet yang semakin berkembang dan mudah diterima oleh masyarakat.

Instagram sudah muncul sejak awal tahun 2010 yang didirikan oleh Mike Krieger dan Kevin Systrom yang merupakan programmer komputer dan pengusaha internet. Instagram berasal dari kata *insta* yang berarti instan, dan *gram* yang diambil dari kata telegram pada media sosial Instagram yang memiliki *followers* disebut dengan *selebgram*. Instagram diluncurkan secara resmi pada Oktober tahun 2010.

⁴¹ <https://bakrie.ac.id/articles/736-serunya-belajar-korean-wave-di-komunikasi-lintas-budaya.html>, Diakses pada Rabu, 11 Desember 2024, pukul 23.10 WIB.

Instagram merupakan suatu aplikasi *sharing* foto, mempergunakan filter digital, media sosial yang juga digunakan oleh berbagai golongan, seperti anak-anak, remaja, maupun dewasa. Indonesia menjadi salah satu negara yang menjadi pengguna instagram terbanyak dengan 89%, *instagrammer* yang berusia 18 sampai 34 tahun menggunakan instagram.

Instagram semakin meningkat dikarenakan saat ini instagram memiliki fitur- fitur yang memikat serta instagram adalah jejaring sosial yang memiliki bermacam-macam perangkat seperti tempat *Chatting*, mengupload gambar dan video melalui *snapgram* ataupun *instatory*, bukan hanya itu bahkan baru-baru ini instagram memiliki fitur baru yang dimana berupa sebuah saluran yang dapat digunakan jika ingin membagikan sesuatu layaknya sebuah grup hanya saja penggemar yang tergabung dalam saluran tersebut tidak bisa berkomentar, hanya bisa memberikan reaksi melalui tanda *like* ataupun emoji lainnya.⁴²

Instagram menjadi salah satu pusat utama dari terhubungnya berbagai macam bentuk komunikasi, baik antar individu, maupun komunitas, komunitas yang dimaksud disini adalah berbagai macam komunitas penggemar yang menggunakan media sosial instagram sebagai tempat untuk berkomunikasi.

⁴² Roro Irene Ayu Chayaning Marchellia, Chontina Siahaan, *Peranan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Remaja Penggemar K-Pop*, Universitas Kristen Indonesia, Jurnal Riset Komunikasi : Vol. 12 No. 1 Juni 2022. h 68.

Menurut Kertajaya, komunitas adalah sekelompok orang yang saling peduli satu sama lain dari yang seharusnya, dimana dalam sebuah komunitas terjadi relasi pribadi yang erat anatar para anggota komunitas tersebut, karena adanya kesamaan *interest* atau *values*.⁴³ Dalam komunitas individu-individu di dalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, resiko, dan sejumlah kondisi lain yang serupa.

Wenger, McDermott dan Snyder mengungkapkan ada 7 macam dan karakteristik komunitas, yaitu :⁴⁴

- a. Besar atau kecil: Dalam sebuah komunitas akan terdapat jumlah besar atau kecilnya anggota yang ada didalamnya, komunitas yang memiliki banyak anggota biasanya dibagi menjadi perdevisi.
- b. Terpusat atau Tersebar: Sebagian besar suatu komunitas berawal dari sekelompok orang yang bekerja ditempat yang sama atau memiliki tempat tinggal yang berdekatan. Sesama anggota komunitas saling berinteraksi secara tetap serta ada beberapa komunitas yang tersebar diberbagai wilayah.
- c. Berumur Panjang atau Pendek: Sebuah komunitas memerlukan waktu yang cukup lama, sedangkan jangka waktu keberadaan sebuah komunitas sangat beragam, beberapa komunitas dapat

⁴³ Kertajaya Hermawan, "*Pengantar Ilmu Komunikasi*", (Jakarta : Gramedia Pustaka, 2008).

⁴⁴ Wenger, E, McDermott, & Snyder, W. M, *A Guide To Managing Knowledge Cultivating Communities Of Practice*, (Boston : MA Harvard University, 2002).

bertahan tahan jangka tahunan, tetapi ada pula komunitas yang berumur pendek.

- d. Internal dan Eksternal: Sebuah komunitas dapat bertahan sepenuhnya dalam unit bisnis atau bekerjasama dengan organisasi yang berbeda.
- e. Homogen atau Heterogen: Sebagian komunitas berasal dari latar belakang yang sama serta ada yang terdiri dari latar belakang yang berbeda. Pada umumnya jika sebuah komunitas berasal dari latar belakang yang sama, komunitas akan lebih mudah terjalin, sebaliknya jika komunitas terdiri dari berbagai macam latar belakang diperlukan rasa saling menghargai dan toleransi yang cukup besar satu sama lain.
- f. Spontan atau Disengaja: Berbagai komunitas ada yang berdiri tanpa adanya intervensi atau usaha pengembangan dari suatu organisasi. Anggota secara spontan bergabung karena kebutuhan berbagai informasi dan memiliki minat yang sama. Pada beberapa kasus terdapat komunitas yang secara tidak sengaja didirikan dengan spontan atau tidak disengaja tidak menentukan formal atau tidaknya sebuah komunitas.
- g. Tidak dikenal atau Dibawah sebuah institusi: Sebuah komunitas memiliki berbagai macam hubungan dengan organisasi, baik komunitas yang tidak dikenali maupun komunitas yang berdiri dibawah institusi.

Terdapat beberapa komunitas dari *Boyband* maupun *Girlband* yang dikenal di Indonesia, seperti di antaranya, *NCTzen*, *Blink*, *Moa*, *Engene*, *Carat*, *Exo-L*, *ReVeluv*, *VIP*, *ELF*, *Stays*, *Aroha*, *MyDay*, dan banyak lagi, salah satu fandom atau komunitas yang terkenal atau diikuti banyak orang di Indonesia adalah *ARMY*, yang merupakan nama *Fans* dari *Boyband* Grup Korea *BTS* (*Bangtan Sonyeondan*).

a) Komunitas ARMY (Adorable Representative M.C for Youth)

Gambar 2.1
Data diagram komunitas ARMY di Indonesia⁴⁵



Sumber : <https://kic.katadata.co.id/insights/41/>

Dari gambar 2.1 data yang telah ada menunjukkan bahwa di antara 4 empat *fandom* atau komunitas yang ada, *ARMY* menempati tempat pertama sebagai Komunitas yang paling banyak di Indonesia.

Nama fandom resmi *BTS* adalah *ARMY*, *army* resmi berdiri pada tanggal 09 Juli 2013, mengingat bahwa "*army*" diasosiasikan seperti militer, pelindung tubuh, kemudian bagaimana kedua hal ini sejalan

⁴⁵ <https://kic.katadata.co.id/insights/41/potret-aktivitas-dan-belanja-penggemar-hiburan-korea-di-indonesia>, Diakses pada 12 Desember 2024, pukul 16.08 WIB.

dengan nama *fandom* yang intinya akan selalu bersama, kepanjangan dari ARMY sendiri adalah (*Adorable Representative M.C for Youth*), *BTS* sebagai produk dari budaya populer memiliki *fans* atau penggemar karena status mereka yang sebagai superstar.

Berkembangnya jaringan *K-Pop* di komunitas perkotaan yang berbeda adalah kenyataan yang muncul karena kemajuan sosial dari masyarakat yang sangat heterogen. *ARMY* merupakan salah satu komunitas penggemar yang tersebar di seluruh dunia dan salah satunya Indonesia, yang juga tersebar di berbagai kota. Sehingga *fandom* atau komunitas ini disebut sebagai penggemar *K-Pop* terbesar.

Sementara itu data ini menampilkan jumlah fans *ARMY* terbanyak berdasarkan hasil survei sensus *ARMY* 2020 yang diikuti oleh lebih dari 400 ribu *fans* di seluruh dunia. berdasarkan laman sensus *ARMY*, Indonesia memiliki jumlah *ARMY* terbanyak. Berikut data informasi dari berbagai negara (Indonesia: 80.895), (India: 15.440), (Mesir: 5.744), (Korea Selatan: 14.996), (Rusia: 15.960), Meksiko: 42.891), (USA: 33.891), (Peru: 20.988), (Brazil: 8.413)), (Filipina: 18.461). Tidak heran *ARMY* dikatakan sebagai pengikut Kpop terbesar.⁴⁶

⁴⁶ Kapanlagi.com, “Apa Arti ARMY, Penggemar BTS? Ketahui Sejarah Fandom Terbesar K-pop,” <https://www.kapanlagi.com/korea/apa-arti-army-penggemar-bts-ketahui-sejarahfandom-terbesar-k-pop-2ac3cd.html>, Diakses pada 12 Desember 2024, Pukul 16.59 WIB.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Melalui penelitian ini dan keingintahuan peneliti terhadap suatu fenomena yang tidak akan terjawab tanpa adanya penelitian. Tentunya penelitian ini merupakan suatu kegiatan pengumpulan, pengelolaan, analisis dan penyajian data yang dilakukan secara sistematis dan objektif untuk memecahkan suatu persoalan atau menguji suatu hipotesis untuk mengembangkan prinsip umum.

Melalui metode penelitian yang peneliti sampaikan di atas maka jenis penelitian yang dapat peneliti lakukan yaitu dengan adanya penelitian deskriptif kualitatif, data yang digunakan diambil dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Setelah semua data terkumpul maka akan dianalisis dengan analisis deskriptif kualitatif, yaitu upaya menggambarkan atau menganalisis hasil pengumpulan data melalui wawancara, dokumen, gambar atau surat resmi lainnya yang di dapat saat penelitian, terhadap orang-orang yang diteliti.⁴⁷

Menurut Sugioyono penelitian kualitatif digunakan untuk meneliti kondisi objek alamiah, di mana peneliti adalah instrumen kunci, *Respons* awal dalam penelitian kualitatif yaitu terdapat kepekaan terhadap masalah

⁴⁷ Usman Husaini dan Purnomo Sertiadi Akbar, *Metode Penelitian Sosial*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), hlm 41.

yang muncul di lingkungan, ingin menelaah secara mendalam, dan menangkap makna dari suatu fenomena, peristiwa, persepsi, sikap, pemikiran, aktivitas sosial, dan pemikiran. Proses konstruksi dalam penelitian kualitatif meliputi pengumpulan fakta, data, dan informasi dari informan dideskripsikan, dijelaskan, dan digambarkan secara ilmiah. Penyimpulan dalam penelitian kualitatif berupa penemuan makna dari setiap fenomena.⁴⁸

B. Pendekatan Penelitian

Adapun pendekatan dalam penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif, menurut *Bodgan* dan *Taylor* Metodologi ini menghasilkan data deskriptif berupa orang-orang dan perilaku mereka dapat diamati, metode ini berfokus pada latar belakang dan individu tersebut secara keseluruhan.⁴⁹

Menurut Nawawi, pendekatan kualitatif dapat didefinisikan sebagai proses atau rangkaian informasi yang dikumpulkan dari kondisi kehidupan nyata suatu objek dan dihubungkan dengan pemecahan masalah dari sudut pandang teoritis dan praktis. Penelitian kualitatif dimulai dengan pengumpulan data dalam kondisi yang tepat untuk menghasilkan hasil yang dapat diterima akal sehat manusia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Tujuan dari

⁴⁸ Pahleviannur, Muhammad Rizal, et al. *Metodologi penelitian kualitatif*. (Jakarta: Pradina Pustaka, 2022).

⁴⁹ Exy. J. Moelong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 1991), h. 3.

pendekatan ini adalah untuk meneliti sekelompok orang atau barang, suatu sistem pemikiran, atau suatu peristiwa saat ini.⁵⁰

Dalam proses penelitian lapangan ini tertulis penulis melakukan wawancara kepada beberapa narasumber untuk menelaah informasi yang akurat terkait dengan judul skripsi menulis juga akan melakukan observasi melalui media sosial Instagram, dan penulisan ini juga tidak lupa untuk mendokumentasikan hasil dari data yang diperoleh melalui penelitian dari media sosial.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat penelitian melakukan penelitian dalam rangka mendapatkan data yang sebenarnya tentang fenomena yang akan diteliti. Adapun lokasi penelitian ini dilakukan melalui media sosial instagram pada komunitas *ARMY*. Berdasarkan data yang didapat maka akan dilakukan penelitian terhadap komunitas *ARMY* yang ada di instagram atau yang menggunakan instagram untuk melihat bagaimana perubahan sehari-hari terhadap gaya hidup mereka.

D. Subjek Penelitian

Subjek penelitian kualitatif adalah pihak pihak yang menjadi sasaran penelitian atau sumber yang dapat memberi informasi. Adapun subjek penelitian ini menggunakan penelitian lapangan, dalam penelitian

⁵⁰ Nawawi Hadari, Instrumen Penelitian Bidang Sosial, (Yogyakarta : Gajah Mada University Press, 1992), h. 209.

ini apa saja aspek-aspek yang timbul dengan adanya gelombang *Korean Wave* terhadap penggemar Korea dalam sebuah komunitas.

Dalam menentukan informan penelitian, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono, *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, misalnya orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan.⁵¹, Adapun beberapa ciri karakteristik narasumber yang akan diwawancara mengenai data yang akurat sebagai berikut:

Table 3.1

Karakteristik informan

No	Karakteristik Informan
1.	Penggemar Korea yang tergabung dalam komunitas ARMY di Instagram (Minimal 2 Tahun)
2.	Aktif menggunakan media sosial Instagram (dengan memposting Instagram Story 2 hari satu kali)
3.	Remaja dengan rentan Usia 15-24 Tahun
4	Keaktifan dalam komunitas aktif ARMY di Instagram

Tabel 3.1 diatas merupakan kriteria dalam pemilihan informan yang sudah dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, guna

⁵¹ Sugiyono“Memahami Penelitian Kualitatif” (Bandung:Alfabeta: 2014). Hlm.300

mendapatkan data-data yang peneliti butuhkan selama penelitian berlangsung.

E. Sumber Data

Menurut Wahidmurni sumber data merujuk pada asal data penelitian diperoleh dan dikumpulkan oleh peneliti. Dalam menjawab permasalahan penelitian, dibutuhkan sesuatu lebih sumber data sesuai berdasarkan sumbernya langsung atau orang yang mengikuti peristiwa tersebut, hal ini sangat tergantung kebutuhan dan kecukupan data untuk menjawab pertanyaan penelitian. Sumber data ini akan menentukan jenis data yang diperoleh peneliti, apakah data itu termasuk data primer atau data sekunder. Dalam pengumpulan sumber data pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis sumber data dalam wujud data primer dan data sekunder.⁵²

1. Data Primer

Data primer merupakan suatu data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya, yaitu di mana peneliti mendapatkan sebuah informasi melalui data hasil wawancara secara langsung dalam melakukan wawancara dengan orang-orang yang terlibat langsung dalam komunitas *ARMY* di instagram. Observasi ini bisa memberikan wawasan langsung tentang bagaimana fenomena perubahan gaya hidup yang terjadi

⁵² Wahidmurni, “*Penerapan Metode Penelitian Kualitatif*”, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, (2017). Hlm 1-7

pada penggemar Korea. Selanjutnya, peneliti mendapatkan informasi yang akurat dalam penelitian ini yang akan dijadikan informan yang sudah peneliti pilih menggunakan teknik *purposive sampling*.

2. Data Sekunder

Data sekunder memiliki fungsi pelengkap terhadap sumber data primer. Sumber data sekunder ini diperoleh melalui buku, skripsi, jurnal maupun web yang ada kaitannya dengan Gaya Hidup *Korean Wave* pada penggemar Korea.

Data sekunder ini akan menjadi sumber data yang tidak langsung (data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada). Data sekunder berfungsi sebagai pelengkap pada sumber data primer. Data sekunder yaitu sumber data yang bersifat penunjang. Adapun sumber data sekunder dalam penelitian ini, peneliti memperoleh sumber data sekunder dari buku-buku, skripsi, jurnal maupun referensi yang ada kaitannya dengan penelitian tentang kebudayaan.⁵³

F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif, kualitas riset sangat tergantung pada kualitas dan kelengkapan data yang dihasilkan. Sehingga dalam teknik pengumpulan data peneliti menggunakan :

⁵³ Ibid.

a. Observasi

Observasi yang berarti pengamatan ini memiliki tujuan untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan terhadap suatu masalah, sehingga memperoleh pemahaman yang lebih baik dan dapat dijadikan sebagai pembuktian terhadap informasi melalui keterangan yang diperoleh.

Pada penelitian ini peneliti akan memperlihatkan bagaimana perubahan yang ada dalam Gaya Hidup yang terkait dengan *Korean Wave* yang diadaptasi atau dijadikan salah satu kebiasaan hidup oleh informan. Sebagai pelengkap penelitian ini, maka peneliti melakukan observasi nonpartisipan yaitu peneliti hanya bertindak mengobservasi tanpa ikut terjun langsung melakukan aktivitas seperti yang dilakukan oleh informan. Observasi adalah tahap pertama yang harus peneliti lakukan yaitu dengan cara turun langsung kelapangan, dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi secara langsung dan secara *online* kemudian mulai menyiapkan dan mencari informasi setelah mengamati apa yang ada dilapangan, maka peneliti mulai melakukan pencarian data dengan mencari informan atau narasumber dilapangan kemudian melakukan pengamatan lebih dalam melihat bagaimana permasalahan permasalahan yang terjadi.

Observasi artinya metode pengumpulan data melalui pengamatan pribadi atau peninjauan secara cermat dan langsung pada lapangan atau lokasi penelitian.

b. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam dalam penelitian adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang pandangan, pengalaman, dan persepsi seseorang tentang suatu topik atau fenomena yang diteliti. Tujuan utama wawancara mendalam adalah untuk menggali informasi yang lebih rinci, kompleks, dan kontekstual dari perspektif narasumber. Dalam wawancara mendalam, peneliti biasanya menggunakan panduan wawancara yang terstruktur atau semi-terstruktur sebagai pedoman untuk mengajukan pertanyaan kepada narasumber. Namun, dibandingkan dengan wawancara terstruktur yang lebih mengikuti skrip pertanyaan, wawancara mendalam memberikan ruang yang lebih luas bagi narasumber untuk menjelaskan pandangannya secara rinci.

Melakukan wawancara mendalam dengan sejumlah responden yang dianggap representatif sebagai penggemar Korea aktif di Instagram. Wawancara ini dapat membantu untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam mengenai pengaruh *Korean Wave* terhadap aspek-aspek tertentu dalam gaya hidup mereka.

Wawancara ini dilakukan langsung kepada 6 orang remaja penggemar Korea yang tergabung dalam komunitas *ARMY* di media sosial Instagram.

c. Dokumentasi

Dokumentasi selalu berkaitan dengan apa yang disebut dengan analisis isi, dalam menganalisis dokumen secara sistematis terhadap bentuk komunikasi yang dituangkan secara tulis dalam bentuk dokumen dengan objektif. Salah satunya menurut Weber menyatakan bahwasanya analisis isi merupakan suatu metodologi penelitian yang digunakan untuk memanfaatkan perangkat prosedur dalam menarik kesimpulan yang mendalam terhadap suatu buku maupun dokumentasi terkait.⁵⁴

Studi dokumentasi penelitian adalah metode pengumpulan data yang melibatkan analisis dan interpretasi dokumen yang relevan dengan topik penelitian. Dokumen yang digunakan dalam studi dokumentasi penelitian dapat berupa tulisan ilmiah, laporan, arsip, catatan, buku, kebijakan, dan sumber informasi lainnya yang terkait dengan topik yang sedang diteliti.

Tujuan utama dari studi dokumentasi penelitian adalah untuk mengumpulkan data sekunder yang sudah ada untuk mendukung atau melengkapi penelitian. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menggunakan informasi yang telah dikumpulkan atau dihasilkan oleh orang lain sebelumnya. Studi dokumentasi penelitian sering digunakan ketika data primer sulit diakses atau tidak mungkin dikumpulkan secara langsung.

⁵⁴ Natalia Nilamsari, *Memahami Studi Dokumen Pada Penelitian Kualitatif*, (Jakarta : Kencana 2014), Hal 108.

Dokumentasi ini selalu berkaitan dengan apa yang disebut dengan analisis isi, untuk memperoleh analisis isi terhadap dokumen ialah dengan melakukan dokumen secara sistematis terhadap bentuk komunikasi yang dituangkan secara tulis dalam bentuk dokumen dengan objektif pada perubahan gaya hidup *Korean Wave* pada remaja penggemar korea yang tergabung dalam komunitas *ARMY* di Instagram, baik itu berupa foto ataupun wawancara.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan penelitian yang dilakukan secara kualitatif dengan cara menganalisis data yang terkumpul terhadap penulis dengan cara menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Penggunaan analisis deskriptif terhadap metodologi penelitian dilakukan secara kualitatif tentunya dimulai dengan cara menganalisis berbagai data yang terhimpun dari suatu penelitian yang bergerak ke arah pembentukan kesimpulan. Menggambarkan analisis data sebagai "upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara, dan lainnya untuk meningkatkan bagaimana peneliti memahami kasus yang diteliti dan menyampaikan hasilnya kepada orang lain. Namun, analisis harus dilanjutkan untuk menemukan makna."⁵⁵

⁵⁵ Rijali, Ahmad. "*Analisis data kualitatif*." Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah 17.33 (2019): hal 84.

Tidak diragukan lagi, pengumpulan data di lapangan berkaitan dengan teknik penggalan data, serta sumber dan jenis data yang dikumpulkan setidaknya sumber data dalam penelitian kualitatif berupa kata-kata dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen atau sumber data tertulis, foto, dan statistik. Data utama berasal dari kata-kata dan tindakan orang yang diamati atau diwawancarai. Pengambilan foto, film, kaset video/audio, atau catatan tertulis adalah cara utama untuk menyimpan sumber data utama.

Kekuatan karakter analisis lapangan cukup kuat dalam ringkasan tersebut, mulai dari penetapan lokasi penelitian, dugaan dugaan, pertanyaan dan diskusi, komparasi, dan observasi lapangan berjalan mengalir. Secara alami, tentu metode observasi tidak hanya dilakukan terhadap realitas atau fakta lapangan dalam kenyataan-kenyataan yang terlihat, tetapi juga terhadap yang terdengar.

Dengan demikian metode deskriptif kualitatif maka teknik menganalisis data dilakukan melalui tahapan, sebagai berikut :

1. Reduksi data

Reduksi data merupakan suatu tahap terkait teknik analisis data kualitatif yang dilakukan untuk penyederhanaan, penggolongan, sehingga data tersebut dapat menghasilkan informasi yang bermakna dan dapat membantu peneliti dalam memudahkan

penarik kesimpulan. Banyaknya jumlah data yang kompleks terkait data yang perlu dianalisis melalui tahap reduksi.

Tahap produksi ini dilakukan untuk pemilihan relevan atau tidaknya terkait data yang akan menghasilkan tujuan akhir. Dari metode kualitatif yang peneliti gunakan tentu menjadi tahap awal bagi peneliti untuk melakukan sebuah pengumpulan data ataupun sumber yang diperlukan dalam penelitian ini

2. Penyajian data

Penyajian data merupakan suatu proses terkait untuk menampilkan dan membuat hubungan antar fenomena guna memaknai apa yang sebenarnya terjadi dan apa yang perlu ditindak lanjut di untuk mencapai tujuan penelitian tersebut. Penyajian data yang baik dan jelas alur pikirannya tentu merupakan hal yang sangat diharapkan oleh setiap peneliti dalam melakukan penelitian melalui penyajian data yang baik merupakan satu langkah yang penting untuk tercapainya analisis kualitatif yang valid dan handal.⁵⁶

3. Kesimpulan

Tahap ini merupakan akhir dari analisis. Pada bagian ini penulis mengutarakan kesimpulan dari data yang telah diperoleh saat observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dengan adanya

⁵⁶ Penalaran UMN, *Penyajian Data Dalam Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Grafinfo Persada, 2014), Hal 115.

kesimpulan maka pembaca akan lebih mudah memahami perihal analisis yang dilakukan oleh peneliti, yang disajikan secara sederhana deskriptif, kolektif, dan sistematis. Tahapan ini juga bertujuan untuk mencari data yang didapat dengan mencari persamaan ataupun perbedaan sehingga dapat ditarik kesimpulan dari permasalahan yang ada.

Metode ini adalah penarikan kesimpulan kesimpulan adalah penggambaran secara utuh dari objek yang diteliti proses penarikan kesimpulan berdasarkan penggabungan informasi yang telah disusun dalam penyajian data sehingga analisis dan ini harus memungkinkan untuk memulai pengembangan kesimpulan untuk peneliti Gaya Hidup *Korean Wave* pada remaja studi fenomenologi penggemar Korea Komunitas *ARMY* di Instagram, penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum dijelaskan menjadi jelas kesimpulan awal kemudian dapat diverifikasi dan kebahasaan diberikan melalui referensi dan catatan lapangan yang ada ataupun pengumpulan data lebih lanjut.⁵⁷

H. Keabsahan Data

Kebasahan data dalam penelitian biasanya hanya menekankan pada validitas dan kebenaran data daripada sikap dan jumlah orang. Ada perbedaan yang signifikan antara realibilitas dan validitasnya,

⁵⁷ Moleong, Lexy J, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2000).

tergantung pada instrumen penelitian yang digunakannya. Namun, dalam penelitian kualitatif, yang diuji adalah datanya. Hasil penelitian kualitatif dapat dianggap valid hanya jika tidak ada perbedaan antara apa yang dilaporkan peneliti dan keadaan sebenarnya dari subjek penelitian. Modal awal yang sangat berharga untuk penelitian adalah data analisis dari data ini akan digunakan sebagai bahan masukan untuk penarikan kesimpulan. Keabsahan data yang dikumpul sangat penting mengingat besarnya posisi data.⁵⁸

Keabsahan data yang paling sering digunakan dalam penelitian sastra lisan ada beberapa cara yaitu Model Triangulasi artinya mengulang atau klarifikasi dengan aneka sumber. Jika diperlukan triangulasi data, dapat dilakukan dengan cara mencari data-data lain sebagai pembanding. Orang yang terlibat dapat dimintai keterangan lebih lanjut tentang data yang diperoleh. Jika triangulasi pada aspek metode, perlu meninjau ulang metode yang digunakan (dokumentasi, observasi, catatan lapangan dll). Menurut Wiliam Wiersma dalam Sugiono yaitu :

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber melibatkan pengumpulan data dari berbagai sumber untuk mempelajari fenomena yang sama. Sumber data dapat berupa individu, kelompok, dokumen, atau konteks yang berbeda.

⁵⁸ Hadi, Sumasno. *"Pemeriksaan Keabsahan data penelitian kualitatif pada skripsi."* Jurnal Ilmu Pendidikan 22.1 (2019).

2. Triangulasi Teori

Triangulasi teori melibatkan penggunaan berbagai teori atau kerangka konseptual untuk menjelaskan fenomena yang sama. Pendekatan ini membantu peneliti untuk melihat masalah dari berbagai sudut pandang teoritis.

3. Triangulasi Peneliti

Triangulasi peneliti melibatkan penggunaan beberapa peneliti dalam pengumpulan dan analisis data. Setiap peneliti dapat memiliki perspektif dan latar belakang yang berbeda, yang dapat membantu mengurangi bias individu.

4. Triangulasi Metode

Triangulasi metode melibatkan penggunaan dua atau lebih metode pengumpulan data yang berbeda untuk mempelajari fenomena yang sama. Misalnya, peneliti dapat menggunakan metode kualitatif seperti wawancara dan metode kuantitatif seperti survei.

Triangulasi pada prinsipnya merupakan model pengecekan data untuk menentukan apakah sebuah data benar-benar tepat menggambarkan fenomena pada sebuah penelitian⁵⁹.

Objek dalam penelitian ini adalah gaya hidup *Korean Wave* pada studi fenomenologi remaja penggemar Korea komunitas *ARMY* di

⁵⁹ Octaviani, Rika, and Elma Sutriani. "Analisis data dan pengecekan keabsahan data." (2019).

Instagram data yang digunakan nanti berasal dari subjek-subjek yang telah dipilih secara *purposive*. kemudian data-data yang diperoleh diteliti kembali kebenarannya dengan menggunakan triangulasi sumber dimana data-data yang diperoleh dari hasil wawancara dan penelitian informan dibandingkan dengan data hasil observasi dan data-data dari dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran umum objek penelitian

A. Sejarah Korean Wave

Hallyu, yang juga dikenal sebagai *Korean Wave*, adalah sebuah istilah yang digunakan untuk menggambarkan penyebaran budaya populer Korea Selatan secara meluas hingga ke berbagai negara di dunia, termasuk Indonesia. Fenomena ini bukanlah kebetulan, melainkan hasil dari strategi yang dirancang dengan matang dan mendapat dukungan penuh dari pemerintah Korea Selatan, khususnya selama masa kepemimpinan Presiden *Kim Dae Jung* antara tahun 1993 hingga 1998. Pada masa itu, slogan politik yang diusung adalah “*Creation of the New Korea*” yang mengandung maksud untuk menghilangkan citra tradisional Korea dan menggantikannya dengan citra nasional yang lebih modern, dinamis, dan berorientasi pada masa depan. Melalui kebijakan-kebijakan budaya yang diterapkan, pemerintah berupaya membangun identitas budaya bangsa Korea dari perspektif internasional sekaligus mendorong pertumbuhan kreativitas di bidang budaya. Berkat inisiatif ini, Presiden Kim dikenal luas dengan julukan “*President of Culture*”.

Setelah krisis finansial Asia yang melanda kawasan pada tahun 1997, pemerintah Korea Selatan semakin gencar mengembangkan strategi untuk mengekspor budaya pop sebagai bentuk diversifikasi ekonomi baru.

Pada tahun 1999, sebagai salah satu langkah konkrit dalam mendukung industri budaya, Presiden *Kim Dae Jung* mencanangkan *Basic Law for the Cultural Industry Promotion* yang mengalokasikan dana sebesar kurang lebih *US\$148,5* juta. Tujuan dari undang-undang ini adalah untuk mengembangkan dan menyebarluaskan budaya populer Korea melalui berbagai cara yang inovatif, dengan memadukan unsur-unsur budaya tradisional Korea serta pengaruh budaya *modern* yang sesuai dengan selera global. Langkah ini merupakan pondasi penting yang membuat *Korean Wave* mampu menjangkau dan meraih popularitas di tingkat internasional.

Saat membicarakan *Korean Wave*, salah satu aspek yang paling sering dikenal dan menjadi ikon utama adalah *K-Pop*, singkatan dari *Korean Pop*. *K-Pop* tidak hanya sekadar genre musik pop Korea, melainkan juga mengandung unsur tarian koreografi yang khas, yang ditampilkan secara energik dan terstruktur oleh para penyanyi serta grup musik Korea Selatan. Elemen tarian ini menjadi salah satu daya tarik utama yang membedakan *K-Pop* dari genre musik lain di dunia, menjadikannya "*selling point*" yang sangat kuat. Selain faktor hiburan musik dan tarian, *K-Pop* juga dipandang sebagai alat invasi budaya oleh para pelaku industri, dengan tujuan memperluas pengaruh budaya Korea secara global. Oleh karena itu, agensi-ageni musik di Korea Selatan tidak hanya mengandalkan talenta lokal, melainkan juga secara aktif mengadakan audisi di berbagai negara, termasuk Amerika Serikat, Kanada, China, Jepang, hingga Thailand. Hal ini menunjukkan bagaimana strategi *Korean Wave* diarahkan tidak hanya untuk

memasarkan budaya Korea, tetapi juga menggabungkan talenta multinasional untuk memperkuat daya tarik dan jangkauan global *K-Pop*.⁶⁰

Di Indonesia, budaya pop Korea mulai dikenal dan menyebar luas sejak tahun 2002, tepatnya setelah perhelatan Piala Dunia yang diselenggarakan bersama oleh Korea Selatan dan Jepang. Momen penting ini dimanfaatkan oleh beberapa stasiun televisi di Indonesia sebagai kesempatan untuk memperkenalkan drama televisi Korea atau yang biasa disebut *K-Drama* kepada masyarakat. *Trans TV* menjadi yang pertama menayangkan sebuah drama Korea berjudul "*Mother's Sea*" pada tanggal 26 Maret 2002. Tidak lama kemudian, Indosiar juga mengikuti dengan menayangkan drama populer "*Endless Love*" pada tanggal 1 Juli 2002. Sejak saat itu, jumlah drama Korea yang ditayangkan di televisi swasta Indonesia terus bertambah secara signifikan. Pada tahun 2011, tercatat sekitar 50 judul drama Korea telah mengisi jadwal tayang di berbagai stasiun televisi Indonesia, dan angka ini terus meningkat di tahun-tahun berikutnya. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh *AGB Nielsen* Indonesia dan dipublikasikan oleh *Kompas Online* pada tanggal 14 Juli 2003, drama "*Endless Love*" yang ditayangkan di Indosiar berhasil meraih rating sebesar 10. Artinya, sekitar 2,8 juta orang penonton di lima kota besar di Indonesia menyaksikan drama tersebut saat itu. Kesuksesan ini menjadi bukti nyata bahwa drama Korea mampu menarik minat dan perhatian

⁶⁰ <http://www.korea.net/AboutKorea/Culture-and-theArts/Hallyu>, Department Global Communication and Contents Division. Hallyu (Korean Wave): Korea.net: The official website of the Republic of Korea. Diakses pada 01 Juni 2025, Pukul 16.43 WIB.

penonton Indonesia secara luas, menandai awal kuatnya penyebaran budaya Korea di tanah air.⁶¹

Dengan berkembangnya kemajuan teknologi dan informasi, telah terjadi peningkatan yang signifikan dari berbagai penjuru negara. Salah satunya Indonesia sendiri. Diiringi teknologi yang terus berkembang memudahkan informasi untuk diakses oleh semua orang. Kemajuan ini ditandai dengan semakin luasnya persebaran budaya yang masuk ke suatu negara, baik budaya luar yang masuk ke Indonesia ataupun budaya Indonesia yang tersebar hingga ke negara lain. Hal ini dikenal dengan sebutan budaya populer, budaya populer sendiri merupakan dampak dari adanya Globalisasi, Globalisasi merupakan sebuah fenomena *eksklusif* yang bergerak terus dalam kehidupan masyarakat global dan merupakan bagian dari proses masyarakat global itu sendiri. Globalisasi menyatukan antara budaya barat dan budaya timur menjadi satu dan sulit untuk terpisah. Namun muncul sebuah fenomena baru dalam era globalisasi yang selama ini didominasi oleh kebudayaan Barat, yakni *Hallyu* atau *Korean wave* sebagai bentuk globalisasi budaya versi Asia.⁶²

Hal inilah yang membuat *Korean wave* sebagai budaya populer yang penyebarannya cukup pesat hingga ke seluruh penjuru dunia. Budaya

⁶¹ J.Storey, *Cultural studies dan kajian budaya pop*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2006)

⁶² Valentina dan Istriyani, "Gelombang Globalisasi ala Korea Selatan. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*", (2017) 2(2), 71–86. <https://doi.org/10.22146/jps.v2i2.30017>

populer *Korean wave* atau *Hallyu* merupakan efek dari globalisasi budaya yang berkaitan dengan permasalahan kehidupan sehari-hari. Dalam hal ini budaya populer mengandalkan unsur hiburan dan kesenangan. *Korean Wave* atau yang dikenal dengan gelombang budaya Korea ini, secara global telah mendunia dan dikenal banyak orang dengan nama *Hallyu* yang dimana menarik atau memicu mereka untuk mengetahui dan mengenal budaya negeri Ginseng tersebut. Seluruh dunia telah merasakan dampak dari penyebaran budaya dari Korea Selatan ini pada paruh pertama tahun 2000-an, *Korean wave* telah menyebar di negara-negara Asia Tenggara. Pada paruh kedua, yakni pada tahun 2000, *Korean wave* mulai menyebar ke negara-negara di Amerika Selatan, Timur-Tengah dan pada sebagian wilayah negara Afrika, hingga pada awal abad ke-21 *Korean wave* telah menyentuh kawasan Amerika Serikat dan Eropa.⁶³

B. Bentuk penyebaran Korean Wave di Indonesia

Hallyu atau *Korean Wave* terdiri dari beberapa konten kebudayaan utama bagi Korea Selatan di antaranya, film, serial televisi (*K-Drama*), musik (*K-Pop*), (*K-beauty*). Sukses dengan *K-drama* dan *K-pop* di beberapa negara asia seperti, Jepang, Cina, Indonesia, Malaysia, Thailand, Filipina, Singapura dan negara-negara lain yang dimana sangat berpengaruh pada minat masyarakat Internasional mengenai produk-produk budaya Korea Selatan. Budaya Korea telah berkembang pesat dan meluas secara global.

⁶³ Friska Simanjuntak, "*Studi Tentang Dampak Korean Wave Dalam Gaya Hidup Mahasiswa Universitas Riau*, Journal of Science and Education Research, (2022), Vol. 1, No. 2

Keberadaannya bahkan diterima publik dari berbagai kalangan sehingga menghasilkan suatu fenomena “*Korean Wave*” atau disebut juga *Hallyu*. Fenomena ini dapat dijumpai di Indonesia dan dampaknya sangat terasa di kehidupan sehari-hari terutama pada generasi milenial. Perkembangan teknologi informasi yang masif akibat adanya globalisasi menjadi faktor utama penyebab besarnya antusiasme publik terhadap *Korean Wave* di Indonesia. *Korean Wave* sendiri diawali dan sangat identik dengan dunia hiburan seperti musik, drama, dan *variety show* yang dikemas secara apik menyajikan budaya-budaya Korea. Sering berjalannya waktu, budaya Korea banyak diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari para pecinta budaya Korea, mulai dari *fashion*, *make up*, *korean skincare*, makanan, gaya bicara, hingga bahasa.⁶⁴

Budaya Korea telah mengalami perkembangan yang sangat pesat dan meluas secara global dalam dua dekade terakhir ini. Keberadaan budaya tersebut cenderung diterima dengan baik oleh publik dari berbagai kalangan, yang pada gilirannya menghasilkan suatu fenomena yang dikenal sebagai “*Korean Wave*” atau *Hallyu*. Fenomena ini tidak hanya terbatas pada satu atau dua negara, tetapi juga dapat dijumpai di Indonesia, di mana dampaknya sangat terasa dalam kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan generasi milenial. Salah satu faktor utama yang berkontribusi terhadap besarnya antusiasme publik terhadap *Korean Wave* di Indonesia adalah perkembangan teknologi informasi yang masif, yang merupakan hasil dari

⁶⁴ Mar’a Kamila Ardani Sarajwati, “*Fenomena Korean Wave di Indonesia*”, published by egsaugm, (2020).

proses globalisasi yang terus berlangsung. Dengan adanya akses yang lebih mudah terhadap informasi dan hiburan dari seluruh dunia, masyarakat Indonesia semakin terbuka untuk menerima dan mengadopsi elemen-elemen dari budaya Korea. *Korean Wave* sendiri pada awalnya diawali dan sangat identik dengan dunia hiburan, yang mencakup berbagai aspek seperti musik, drama, dan *variety shows*. Semua ini disajikan dengan cara yang sangat menarik dan profesional, sehingga mampu memperkenalkan budaya-budaya Korea kepada *audiens* yang lebih luas.

Seiring berjalannya waktu, pengaruh budaya Korea tidak hanya berhenti pada hiburan, tetapi juga mulai diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari para penggemar budaya Korea. Hal ini terlihat dari banyaknya aspek yang terpengaruh, mulai dari fashion, produk kecantikan seperti *make up* dan *korean skincare*, hingga makanan, gaya bicara, dan bahkan penggunaan bahasa Korea dalam percakapan sehari-hari. Dengan demikian, *Korean Wave* telah menjadi bagian integral dari kehidupan banyak orang, menciptakan interaksi budaya yang kaya dan beragam.

Indonesia, yang saat ini dikenal sebagai negara dengan jumlah penduduk terbesar keempat di dunia, menjadi rumah bagi jutaan penggemar *K-pop*, yang sering disebut sebagai *K-poppers*. Pada tahun 2019, *Twitter* merilis daftar negara-negara yang paling aktif men-tweet tentang artis *K-pop* sepanjang tahun tersebut, dan Indonesia berhasil menempati peringkat ketiga, hanya di belakang Thailand dan Korea Selatan. Selain itu, dalam hal penayangan video-video *K-pop* di platform *YouTube*, Indonesia juga

menunjukkan antusiasme yang luar biasa dengan menduduki posisi kedua, mencatatkan persentase sebesar 9,9%. Hal ini menunjukkan betapa besar pengaruh dan popularitas *K-pop* di kalangan masyarakat Indonesia, sementara itu, Korea Selatan berada pada posisi pertama dengan persentase yang tak jauh berbeda dari Indonesia yaitu 10.1%.⁶⁵

Indonesia dikenal memiliki basis penggemar yang besar dan sangat loyal dalam dunia *K-pop*. Fenomena ini menjadikan Indonesia sebagai 'pasar' yang sangat potensial bagi perekonomian Korea Selatan, terutama dengan adanya *Korean Wave* yang terus berkembang. Namun, menjadi seorang *K-poppers* sering kali bukanlah hal yang murah. Para penggemar *K-pop* perlu mengeluarkan sejumlah besar uang untuk berbagai keperluan, seperti membeli tiket konser, album, *merchandise*, serta melakukan voting dan membeli produk yang diiklankan oleh artis favorit mereka. Selain itu, banyak *K-poppers* yang memiliki impian untuk mengunjungi Korea Selatan, yang tentunya memberikan dampak signifikan bagi sektor pariwisata negara tersebut. Kunjungan para penggemar ini tidak hanya meningkatkan jumlah wisatawan, tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal di Korea Selatan.

Sejak terjalinnya hubungan diplomatik antara Indonesia dan Korea Selatan pada tahun 1973, Korea Selatan telah menjadi salah satu negara dengan jumlah investasi terbesar di Indonesia, dengan investasi tersebut

⁶⁵ Won So, "Distribution of K-pop views on YouTube Worldwide as of June 2019, by country. Statista", Diakses pada 20 Mei 2025, <https://www.statista.com/statistics/1106704/south-korea-kpop-youtube-views-by-country>.

tersebar di berbagai proyek yang beragam. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya hubungan bilateral antara kedua negara, yang tidak hanya menguntungkan dalam aspek budaya, tetapi juga dalam bidang ekonomi.

Keberadaan artis *K-pop* saat ini telah memberikan dampak yang signifikan terhadap preferensi dan gaya hidup para milenial dalam berbagai aspek. Salah satu contohnya adalah semakin meningkatnya penggunaan produk-produk skincare dan *make up* asal Korea, yang menjadi tren di kalangan generasi muda. Selain itu, gaya berpakaian yang terinspirasi dari *fashion* Korea juga semakin populer, diikuti dengan meningkatnya konsumsi makanan Korea, seperti kimchi, bulgogi, dan ramen. Perubahan ini tidak hanya terbatas pada aspek konsumsi, tetapi juga mencakup cara pandang mereka terhadap kehidupan. Banyak milenial yang menjadi lebih terbuka terhadap berbagai hal, merasa lebih bahagia, dan bahkan sejumlah orang melaporkan bahwa mereka berhasil bangkit dari depresi berkat pengaruh positif yang ditawarkan oleh budaya *K-pop*. Dalam interaksi sehari-hari, mereka sering menyelipkan kata-kata dalam bahasa Korea, seperti "*annyeong*" (halo), "*saranghae*" (aku mencintaimu), "*hyung*" (panggilan untuk kakak laki-laki), dan "*hwaiting*" (semangat), yang menunjukkan kedekatan mereka dengan budaya tersebut.

Selain itu, para penggemar dari artis-artis Korea biasanya membentuk fanbase atau komunitas yang tersebar di berbagai wilayah di Indonesia. Komunitas ini tidak hanya berfungsi sebagai tempat berkumpul dan berbagi minat yang sama, tetapi juga sering kali terlibat dalam berbagai

kegiatan sosial dan acara yang berkaitan dengan *K-pop*, sehingga semakin memperkuat ikatan antar penggemar dan memperluas pengaruh budaya Korea di Indonesia.

Tidak hanya minat penduduk Indonesia untuk mempelajari budaya Korea yang semakin meningkat, tetapi juga jumlah penduduk Korea Selatan yang tertarik untuk belajar tentang budaya Indonesia semakin bertambah, saat ini bahasa Indonesia telah menjadi lebih populer, dan minat orang-orang untuk mempelajari bahasa ini juga mengalami peningkatan yang signifikan. Terdapat tiga universitas di Korea Selatan yang menawarkan program studi bahasa Indonesia, yaitu *Hankuk University of Foreign Studies (HUFS)*, *Busan University of Foreign Studies (BUFS)*, dan *Universitas Woosong*. Peningkatan minat ini juga didorong oleh banyaknya perusahaan Korea yang berinvestasi di luar negeri, termasuk di Indonesia. Dengan mempelajari bahasa Indonesia, para pelajar di Korea Selatan akan memiliki peluang lebih besar untuk bekerja di perusahaan-perusahaan Korea yang beroperasi di luar negeri. Selain itu, banyak artis Korea yang diundang untuk menghadiri acara-acara nasional di Indonesia dan berperan sebagai brand ambassador untuk produk atau perusahaan lokal.⁶⁶

Indonesia, sebagai salah satu negara dengan fanbase terbesar untuk *K-pop*, membuat artis-artis Korea semakin memperhatikan pasar Indonesia dengan menciptakan konten-konten yang mengangkat budaya Indonesia.

⁶⁶ Jamhari, Ony. Minat Belajar Bahasa Indonesia Meningkat di Korea Selatan, (2015) *Kompasiana*. Diakses pada 20 Mei 2025, pukul 21.29 WIB, <https://www.kompasiana.com/onyjamhari/552af7606ea8349d60552cf7/minat-belajar-bahasa-indonesia-meningkat-di-korea-selatan>

Bahkan, terdapat grup *K-pop* bernama *Secret Number*, yang merupakan idol group wanita pertama yang memiliki anggota dari Indonesia. Hal ini tentu saja menarik perhatian besar dari seluruh dunia, khususnya masyarakat Indonesia, sehingga popularitas grup tersebut meningkat pesat. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Indonesia memiliki peran yang sangat penting dalam perkembangan *Korean Wave* secara global. Interaksi budaya yang saling menguntungkan ini tidak hanya memperkaya pengalaman budaya di kedua negara, tetapi juga membuka peluang baru dalam berbagai bidang, termasuk pendidikan, ekonomi, dan hiburan.

C. Profil Informan

Berikut peneliti menyajikan profil dari informan dengan menggunakan teknik Purposive Sampling untuk penelitian ini :

Tabel 4.1

Data Informan Penelitian

No	Nama Informan	Usia Informan	Keterangan
1	Elsa Mayori	22 tahun	salah satu penggemar yang tergabung dalam komunitas ARMY, dan sudah menjadi Penggemar sejak tahun 2018.
2	Nessi	22 tahun	salah satu penggemar yang

			tergabung dalam komunitas ARMY dan sudah menjadi penggemar sejak tahun 2019.
3	Aprilia	23 tahun	salah satu penggemar korea yang bergabung dalam komunitas ARMY, mengenal korea sejak tahun 2018 dan menjadi salah satu yang bergabung dalam komunitas ARMY sejak tahun 2019.
4	Dilla	23 tahun	salah satu penggemar korea yang bergabung dalam komunitas ARMY, mengenal korea sejak tahun 2012 dan menjadi salah satu yang bergabung dalam komunitas ARMY sejak tahun 2019.
5	Viki	22 tahun	salah satu penggemar korea yang

			telah mengenal budaya korea sejak tahun 2011, dan tergabung menjadi salah satu ARMY pada tahun 2018.
6	Annisa	24 tahun	salah satu penggemar korea yang mengenal budaya korea sejak tahun 2011 dan menjadi salah satu yang tergabung ke dalam Komunitas ARMY sejak 2013.

Sumber : Data Penelitian 2025 ⁶⁷

D. Hasil Penelitian

Berikut ini peneliti akan memaparkan hasil penelitian pada bab 4 mengenai gaya hidup *Korean Wave* pada Remaja penggemar Korea, berdasarkan hasil data yang dikumpulkan kemudian peneliti juga memperoleh pengumpulan data seperti observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi, peneliti juga ikut mengamati secara langsung melalui media sosial instagram bagaimana gaya hidup *Korean Wave* pada remaja penggemar Korea.

⁶⁷ Data Penelitian 2025

1. Fenomena Remaja Penggemar Korea Pada Media Sosial Instagram

Korean Wave, atau yang lebih dikenal sebagai budaya gelombang Korea, telah menciptakan pola konsumsi baru yang signifikan di kalangan remaja Indonesia saat ini. Dengan akses yang semakin mudah terhadap berbagai konten yang berkaitan dengan budaya negeri ginseng tersebut, seperti drama, musik, dan fashion bahkan makanan dengan di jembatani melalui media sosial salah satunya adalah Instagram, remaja serta golongan penggemar Korea mulai mengembangkan preferensi dan kebiasaan baru yang dapat diidentifikasi dalam keseharian mereka.

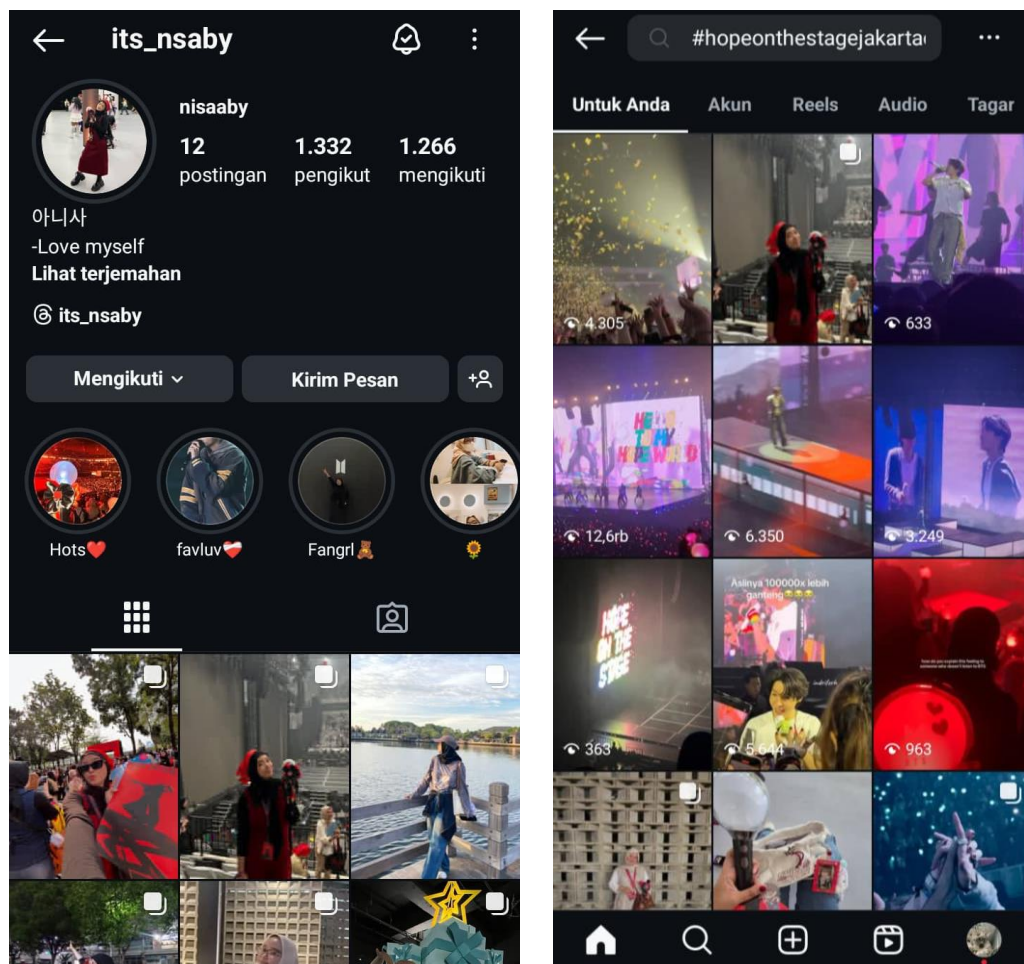
Fenomena ini tidak hanya mempengaruhi pilihan hiburan mereka, tetapi juga cara berpakaian, pola interaksi sosial, dan bahkan selera kuliner. Remaja Indonesia kini lebih terbuka terhadap budaya asing, dan hal ini menciptakan jembatan antara dua budaya yang berbeda. Seperti halnya budaya Korea yang masuk ke Indonesia saat ini. Dengan demikian, *Korean Wave* tidak hanya menjadi tren sementara, tetapi juga berkontribusi pada perubahan sosial dan budaya yang lebih luas di masyarakat Indonesia.

Instagram telah menjadi *platform* yang sangat efektif bagi remaja untuk mengekspresikan kecintaan mereka terhadap budaya pop Korea, termasuk *K-Pop*, *K-Drama*, dan *fashion* Korea. Melalui akun-akun pribadi dan komunitas, para penggemar aktif berbagi konten seperti foto, video, dan ulasan tentang artis atau drama favorit mereka. Interaksi yang

terjadi di platform ini, seperti komentar, *likes*, dan *repost*, menciptakan komunitas yang solid di antara penggemar, yang saling mendukung dan berbagi informasi terbaru. Selain itu, penggunaan hashtag yang relevan, seperti *K-Pop*, *K-Drama*, dan nama grup atau artis tertentu, memudahkan penggemar untuk menemukan dan terhubung dengan konten yang sesuai dengan minat mereka.

Gambar 4.1

Akun, hastag dan interaksi antar penggemar Korea





Sumber : Data Penelitian 2025⁶⁸

Pada gambar 4.1 diatas menunjukkan bagaimana salah satu proses interaksi yang terjadi antar penggemar, seperti salah satu akun pribadi yang digunakan untuk menyimpan dan menunjukkan identitas dirinya sebagai penggemar Korea, dan juga bagaimana informasi-informasi tersebut dapat diakses oleh para penggemar.

Fenomena ini tidak hanya berdampak pada pengembangan identitas diri remaja, tetapi juga mempengaruhi cara mereka berinteraksi dengan teman sebaya dan membentuk pandangan mereka terhadap budaya Korea secara keseluruhan. Dengan demikian, Instagram berperan

⁶⁸ Data penelitian diakses pada tanggal 01 Juni 2025, pukul 19.01 WIB.

sebagai wadah penting dalam memperkuat pengaruh Hallyu di kalangan remaja Indonesia.

Hal ini dibuktikan dengan salah satu postingan pada akun Instagram *panncafe*, yang merupakan akun yang memberikan informasi seputar Korea Selatan, baik mengenai *entertainment* Korea ataupun hal umum, seperti pemerintahan dan situasi yang terjadi di Korea.

Gambar 4.2

Postingan berupa informasi mengenai entertainment korea



Sumber : Data Penelitian 2025⁶⁹

Pada gambar diatas 4.2 pada akun *Panncafe* dimana membahas mengenai “Ngefanboy Level Akut, Seungkwan *SEVENTEEN* Bahas Atlet Voli Megawati Di Program Soobin *TXT*”*Faves*” Hingga Lakukan

⁶⁹ Data penelitian diakses pada tanggal 30 mei 2025, pukul 20.22 WIB.

Video Call”, dalam hal ini pada ranah sosial yang melibatkan media instagram dalam pola interaksi social, dimana akhirnya menyebar dan selalu *update* sesuai dengan perkembangan yang ada dan diikuti oleh penggemar dari negeri ginseng tersebut, seperti salah satunya informasi yang disampaikan melalui akun *fanbase* di Instagram, pada gambar 4.1 yang berkaitan dengan salah satu pemain Voli asal Indonesia yang sempat tinggal dan tergabung menjadi salah satu atlet voli Korea Selatan.

Dari penjelasan diatas juga diperkuat oleh hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan beberapa informan sebagai berikut :

“Menurut saya instagram ini sangat membantu kak untuk mengetahui informasi-informasi tentang Korean. Seperti hampir seluruh idol memiliki akun Instgaram dan juga ada akun Instagram fansbase kak”.⁷⁰

“Cukup berperan yaa,di tambah sibuk di rl juga, jadi instagram sangat berperan untuk melihat update bts itu sendiri, kalomedia sosial yang lain bisa juga lewat twitter/X”.⁷¹

”Ya benar sekali, instagram lebih memudahkan kita untuk mencari informasi mengenai idola kita. Apalagi sekarang kan disetiap grup boyband atau girlband memiliki akun instagram nya masing-masing, dan itu memudahkan kita untuk mencari tahu kapan idol kita akan comeback, mengenai jadwal tour/konser mereka dan perilisan album”.⁷²

“Banyak media sosial untuk mencari tahu tentang mereka kalo saya lebih ke instagram kak, biasanya berita dari agensinya langsung kayak mereka bakal ngumumin kalo ada member yang akan berangkat wamil atau ada yang lagi hiatus karena cedera, bahkan sampe berita kencan mereka bisa didapat”.⁷³

⁷⁰ Data wawancara informan Viki pada tanggal 27 mei 2025, pukul 14.31 WIB.

⁷¹ Data wawancara informan Dilla pada tanggal 14 mei 2025, pukul 19.18 WIB.

⁷² Data wawancara informan Elsa pada tanggal 20 mei 2025, pukul 13.02 WIB.

⁷³ Data wawancara informan Nessi pada tanggal 23 mei 2025, pukul 19.14 WIB.

Dari keempat hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada informan, memiliki pendapat yang sama, bahwa media sosial instagram dijadikan sebagai salah satu jembatan bagi para penggemar untuk lebih mengenal dan mendapatkan banyak informasi mengenai *Korean Wave*.

Selain hal-hal yang berkaitan dengan *entertainment* Korea, instagram juga memberikan berbagai informasi mengenai wisata, kuliner, bahkan mengenai pembelajaran bahasa Korea tidak hanya itu saja bahkan tata cara *make up* dengan gaya ala *Korean Style* juga ikut di bagikan melalui media sosial Instagram. Hal ini diperkuat dengan salah satu hasil wawancara informan berikut ini :

*“Ya benar sekali, indonesia juga termasuk penggemar k-Pop yang terbanyak di dunia ya. Tentu instagram sangat membantu dalam mengenal budaya Korea, makananya, bahkan wisata-wisata yang ada di Korea itu sendiri”.*⁷⁴

Dari penjelasan diatas juga diperkuat oleh hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan saudari (Annisa sebagai salah satu *ARMY* atau penggemar Korea yang aktif di media sosial Instagram).

Hal ini juga dibuktikan dengan salah satu postingan pada akun Instagram *@Stevanysupardi*, salah satu mahasiswa asal Indonesia yang saat ini sedang mengenyam pendidikan dan tinggal di Negeri Ginseng tersebut, pada postingan disampaikan bahwa ada banyak tempat-tempat wisata yang ada di Korea, sehingga dapat dijadikan sebagai refrensi

⁷⁴ Data wawancara informan Annisa pada tanggal 29 mei 2025, pukul 17.45 WIB.

untuk berlibur, bahkan dalam postingan tersebut juga dicantumkan salah satu akun agen tour wisata pada akun *@klook.id*.

Gambar 4.3
Postingan yang memberikan informasi mengenai
Destinasi wisata di korea



Sumber : Data Penelitian 2025⁷⁵

Pada gambar 4.3 membuktikan bahwa salah satu konsumsi budaya yang diterima melalui media sosial instagram adalah dengan adanya interaksi yang dilakukan pada akun-akun tertentu yang menyampaikan berita ataupun informasi yang terkait dengan hal-hal seputar Korea Selatan.

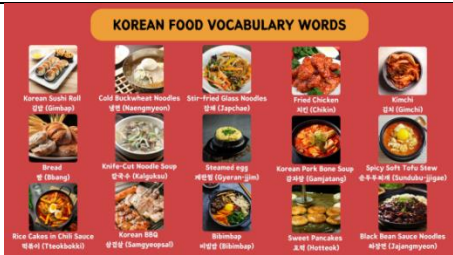
⁷⁵ Data penelitian diakses pada tanggal 31 Mei 2025 pukul 19.08 WIB.

2. Integrasi Elemen-Elemen Budaya Korea dalam Keseharian Penggemar Korea

Remaja penggemar Korea di Indonesia secara aktif mengintegrasikan berbagai elemen budaya Korea ke dalam kehidupan sehari-hari mereka, menciptakan pengalaman yang beragam dan menarik. elemen-elemen budaya Korea yang berkontribusi pada popularitas *Korean Wave*, termasuk *K-Food*, *K-Drama*, *K-Pop*, dan *K-Fashion*. *K-Food* mencakup berbagai kuliner khas Korea yang kaya rasa dan tradisi, seperti kimchi dan bibimbap. *K-Drama* menampilkan cerita menarik dan produksi berkualitas yang mampu menyentuh emosi penonton. *K-Pop*, dengan musik yang dinamis dan koreografi yang memukau, telah menciptakan penggemar setia di seluruh dunia. Sementara itu, *K-Fashion* menonjolkan tren *mode* yang inovatif dan gaya berpakaian yang fresh, sering kali diikuti oleh para penggemar dan selebriti. Keseluruhan elemen ini saling melengkapi dan memperkuat daya tarik budaya Korea di kalangan masyarakat global. Dalam penyebaran *Korean Wave* yang ada di Indonesia memiliki beberapa jenis atau yang kerap dikenal dengan elemen-elemen budaya Korea, diantaranya sebagai berikut :

Tabel 4.2
Gambar Elemen-elemen produk budaya Korea

No	Objek	Produk budaya Korea
1		Salah satu Boyband K-Pop Industri Musik Korea (BTS).
2		Salah satu film atau K-drama dengan berlatar saeguk (Kerajaan di Korea Selatan).
3		Fashion perempuan dan laki-laki dengan bergaya Korean Style yang kerap kali digunakan oleh idol-idol.

		
4	 KOREAN FOOD VOCABULARY WORDS - Korean Sushi Roll (김밥 (Gimbap)) - Cold Buckwheat Noodles (냉면 (Naengmyeon)) - Stir-fried Glass Noodles (유채 (Yuchae)) - Fried Chicken (치킨 (Chicken)) - Kimchi (김치 (Kimchi)) - Bread (빵 (Bbang)) - Korea-Cut Noodle Soup (칼국수 (Kalguksu)) - Steamed egg (계란찜 (Gyeran-jjim)) - Korean Pork Bone Soup (갈비탕 (Galgatang)) - Spicy Soft Tofu Stew (순두부찌개 (Sundubu-jjigae)) - Rice Cakes in Chili Sauce (떡볶이 (Tteokbokki)) - Korean Soup (국 (Guk)) - Bibimbab (비빔밥 (Bibimbab)) - Spiced Meatballs (소떡 (Sottek)) - Black Bean Noodle Soup (흑두부찌개 (Heudubu-jjigae))	Macam-macam Korean Food

Sumber : data dokumentasi⁷⁶

Salah satu aspek yang paling terlihat adalah *fashion*, di mana banyak remaja mulai mengadopsi gaya berpakaian yang terinspirasi oleh idola *K-pop* dan karakter dalam drama Korea. Mereka sering kali mengikuti gaya rambut, aksesoris, dan kombinasi pakaian yang dikenakan oleh artis favorit mereka, sehingga menciptakan penampilan yang mencerminkan kecintaan mereka terhadap budaya Korea.

Selain itu, penggunaan bahasa Korea dalam percakapan sehari-hari juga semakin meluas. Hal ini juga dikarenakan dengan tontonan dari drama korea yang dapat dikatakan menarik dengan gaya bahasa yang memiliki ciri khas. Banyak penggemar yang berusaha mempelajari frasa-frasa sederhana dan kosakata dasar untuk dapat berkomunikasi dengan teman-teman sesama penggemar atau bahkan saat menonton

⁷⁶ Data dokumentasi diakses pada tanggal 21 mei 2025 pukul 16.11 WIB.

drama dan mendengarkan lagu-lagu *K-pop*. Hal ini menunjukkan bahwa mereka tidak hanya mengagumi budaya Korea, tetapi juga berusaha untuk memahami dan menghayatinya lebih dalam.

Di samping *fashion* dan bahasa, kuliner Korea juga menjadi salah satu elemen yang banyak diintegrasikan ke dalam kehidupan sehari-hari. Makanan khas Korea, seperti *kimchi*, *tteokbokki*, dan *bulgogi* (olahan daging sapi dengan bumbu korea), semakin populer di kalangan remaja. Banyak dari mereka yang mencoba memasak hidangan-hidangan tersebut di rumah atau mencari restoran Korea untuk menikmati makanan tersebut bersama teman-teman. Aktivitas ini tidak hanya memberikan pengalaman kuliner yang baru, tetapi juga menjadi kesempatan untuk berbagi dan berdiskusi tentang budaya Korea.

Melalui *platform* media sosial seperti Instagram, para penggemar sering membagikan pengalaman mereka yang berkaitan dengan budaya Korea. Mereka mengunggah foto makanan yang mereka buat, video *dance cover* dari lagu-lagu *K-pop*, atau bahkan momen-momen ketika mereka mengenakan pakaian bergaya Korea. Dengan cara ini, mereka tidak hanya mengekspresikan kecintaan mereka terhadap budaya Korea, tetapi juga membangun komunitas yang saling mendukung dan berbagi minat yang sama.

Integrasi elemen-elemen budaya Korea ini tidak hanya memperkaya kehidupan sehari-hari mereka, tetapi juga menciptakan

ikatan sosial yang kuat di antara para penggemar, yang saling terhubung melalui kecintaan mereka terhadap budaya yang sama. Berikut beberapa diantaranya elemen-elemen budaya Korea yang diintegrasikan dalam keseharian remaja penggemar Korea di Media sosial Instagram.

a. Musik Korean Pop (K-Pop)

Salah satu kebudayaan Korea yang hadir di Indonesia adalah *K-Pop*, banyak remaja yang mendengarkan lagu-lagu *K-Pop* setiap hari, bukan hanya sekedar mendengarkan akan tetapi juga mengikuti bagaimana perkembangan grup favorit mereka, remaja mengonsumsi musik *K-Pop* tidak hanya sebagai hiburan saja tetapi juga sebagai bagian dari identitas sosial mereka. Mereka terlibat dalam komunitas penggemar, ada beberapa komunitas penggemar yang dikenal di Indonesia seperti, *NCTzen*, *Blink*, *Moa*, *Engene*, *Carat*, *Exo-L*, *ReVeluv*, *VIP*, *ELF*, *Stays*, *Aroha*, *MyDay*, dan salah satu yang juga termasuk di diantaranya adalah *ARMY*.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada beberapa informan, mereka mengemukakan pendapat yang sama mengenai bagaimana dengan mengenal musik *K-pop* ini memberikan pengaruh pada keseharian mereka :

*“saya sering kali mendengarkan lagu BTS, karena menurut saya lagunya itu sangat bagus, dengan mendengarkan lagu korea sedikit demi sedikit saya bisa mengucapkan bahasa Korea”.*⁷⁷

⁷⁷ Data wawancara informan Elsa pada tanggal 20 mei 2025, pukul 13.02 WIB.

*“Semua lagu BTS pastinya dan juga beberapa idola lain, lagunya mereka tuh bervariasi dan easy listening aja”.*⁷⁸

*“Untuk musik yang sering saya dengarkan itu lagu dari boyband K-Pop seperti BTS”.*⁷⁹

*“iya kak, dimana dengan keseharian yang membosankan kerja pulang kerja lagi setiap hari kaya gitu dengan adanya musik jadi lebih menyenangkan di setiap waktu luang pasti diisi dengan hal hal yang berkaitan dengan dengerin musik K-Pop”.*⁸⁰

Dari keempat hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada informan, 3 diantaranya memiliki pendapat yang sama, bahwa bahkan dengan mendengarkan musik juga sudah ikut menjadi kebiasaan dalam keseharian mereka.

Bukan hanya sekedar menyukai musiknya saja akan tetapi mereka juga mengikuti konser, dan membeli *merchandise official* yang di sediakan oleh agensi tempat *Boyband* yang mereka idolakan, hal ini bisa berupa album, pakaian, *Lightstick*, boneka, buku dan banyak produk lainnya, salah satu diantaranya *merchandise K-Pop* milik informan yang sebagai bagian dari salah satu *ARMY*, membeli dan memiliki album, poster, boneka dan juga *lightstick* sebagai berikut :

⁷⁸ Data wawancara informan Dilla pada tanggal 14 mei 2025, pukul 19.18 WIB.

⁷⁹ Data wawancara informan Viki pada tanggal 27 mei 2025, pukul 14.31 WIB.

⁸⁰ Data wawancara informan Nessi pada tanggal 23 mei 2025, pukul 19.14 WIB.

Gambar 4.4
Merchandise K-Pop berupa album dan lightstick
Milik salah satu boygroup



Sumber : Data Penelitian 2025⁸¹

Pada gambar 4.4 menampilkan salah satu bentuk konsumsi budaya melalui produk-produk *K-Pop* yang berupa album dapat menarik para penggemar untuk ikut mengoleksi dan memilikinya.

Keunikan dan kelengkapan merchandise ini membuat album *K-Pop* lebih dari sekedar koleksi musik; mereka menjadi benda berharga bagi penggemar. Karena itulah membeli dan mengoleksi album-album dari grup favorit mereka sebagai bentuk dukungan dan kebanggaan.

⁸¹ Data Penelitian dari Koleksi Pribadi Milik Informan 2025

Kegiatan yang sering dikenal dengan kata *fangirling* merupakan bentuk aktivitas, bagaimana seorang penggemar mengikuti dan mendukung idolanya dengan berbagai macam cara, seperti diantaranya menonton Konser, membeli album, mendengarkan musik, menonton kegiatan yang diikuti idolanya, merayakan ulang tahun idolanya dan juga kegiatan amal.

Melakukan kegiatan amal dan merayakan ulang tahun member idol *group* yang mereka sukai adalah salah satu yang sering dilakukan oleh penggemar, bentuk kegiatan amal yang dilakukan adalah berupa memberi bantuan kepada orang-orang yang membutuhkan, ataupun saat ada bencana dengan mengatasnamakan idola mereka atau komunitas yang mereka ikuti. Hal ini juga diperkuat dengan wawancara yang penulis lakukan kepada beberapa informan yang dimana memiliki pendapat yang sama akan *event* donasi yang dicanangkan sebagai berikut :

*“Menurut kakak, donasi atau event yang diadakan atas nama idola itu hal positif selama tujuannya baik, untuk menunjukkan dukungan. Itu jadi bentuk nyata dari fandom yang peduli, bukan hanya sekedar suka. Kakak pribadi pernah ikut event seperti itu, walaupun belum terlalu sering hadir langsung. Biasanya ikut secara online atau support lewat media sosial”.*⁸²

*“Iya kak, kami sebagai army juga pernah memberikan semacam donasi-donasi kepanti, bencana banjir, bahkan seluruh army Indonesia itu membuka donasi untuk keluarga kita di palestina kak, dan itu pencapaian sungguh-sungguh sangat diluar prediksi army sendiri kak”.*⁸³

“Walaupun saya belum mengikuti secara langsung, menurut saya event donasi yang mengatasnamakan idola adalah bentuk

⁸² Data wawancara informan Aprilia pada tanggal 22 mei 2025 pukul 22.25 WIB.

⁸³ Data wawancara informan Annisa pada tanggal 29 mei 2025 pukul 17.45 WIB.

*dukungan yang sangat positif dari penggemar. Hal ini menunjukkan bahwa mencintai idola bukan hanya sekedar membeli album atau menonton konser, tapi juga diwujudkan dalam aksi nyata yang berdampak bagi masyarakat”.*⁸⁴

Dari hasil wawancara kepada beberapa informan diatas membuktikan bahwa bagaimana dengan menyukai atau mengidolakan idol Korea juga dapat memberikan dampak baik bagi sekitar bahkan juga menjadi salah satu bagian kegiatan yang berhubungan langsung dengan sekitar atau masyarakat.

Hal ini juga dibuktikan dengan salah satu kegiatan amal atau Donasi pada salah satu panti asuhan di kota Bnegkulu, yang dilakukan oleh komunitas *ARMY* yang ada di kota Bengkulu berikut ini :

Gambar 4.5
Kegiatan donasi yang dilakukan ARMY Bengkulu
Di panti asuhan Kota Bengkulu



Sumber : Data Penelitian 2025⁸⁵

Pada gambar 4.5 menunjukkan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh *ARMY* Bengkulu dengan berdonasi pada salah satu panti asuhan, dengan membawa nama komunitas *ARMY* dan idola mereka.

⁸⁴ Data wawancara informan Nessi pada tanggal 23 mei 2025 pukul 20.25 WIB.

⁸⁵ Data Penelitian dari Koleksi Pribadi Milik Informan 2025

Selain memberikan Donasi, ada beberapa *event* ulang tahun yang ikut dilakukan oleh masing-masing penggemar atau komunitas dari idola yang mereka sukai, merayakan ulang tahun tentunya hal yang sudah biasa, akan tetapi hal ini berbeda dengan ulang tahun pada umumnya, karena bagaimana hari ulang tahun idola yang kita sukai juga menjadi salah satu yang ditunggu-tunggu sebagai penggemar, mulai dari ikut merayakan dengan pesta bahkan juga mengucapkan melalui media sosial.

Hal ini juga diperkuat dengan wawancara yang penulis lakukan kepada beberapa informan yang dimana memiliki pendapat yang sama akan *event* ulang tahun yang dicanangkan sebagai berikut :

“Kalau idola kakak ulang tahun, jujur kakak juga ikut senang, rasanya kayak ngerayain momen spesial orang yang ngasih semangat ke kakak setiap hari. Jadi kadang kakak ucapin lewat story atau postingan kecil buat apresiasi mereka”.⁸⁶

“kalau seperti di event ulang tahun bangtan atau member itu kami juga rayakan kak, seperti memberi santunan kepada panti” atau orang-orang yang kurang mampu seperti mohon maaf yang kayak di pinggir-pinggir jalan gitu kak”.⁸⁷

“iya kak kalo mereka ulang tahun pasti ikutan excited untuk ngucapin walaupun mereka ngga baca juga wkwk kadang aku ada upload video ultah mereka di WA padahal mereka ngga akan liat juga tapi lebih ke untuk ngasih tau orang kalo idolku ultah loh hari ini wkwk”.⁸⁸

Hal ini juga dibuktikan dengan beberapa *Event* ulang tahun yang dilakukan setiap ada member idola yang berulang tahun dan dengan tema yang berbeda-beda dirayakan di *cafe-cafe* berikut ini :

⁸⁶ Data wawancara informan Aprilia pada tanggal 22 mei 2025 Pukul 22.21 WIB.

⁸⁷ Data wawancara informan Annisa pada tanggal 29 mei 2025 pukul 17.45 WIB.

⁸⁸ Data wawancara informan Nessi pada tanggal 23 mei 2025 pukul 20.25 WIB.

Gambar 4.6

Event ulang tahun member BTS yang dirayakan ARMY Bengkulu



Sumber : Data Penelitian 2025⁸⁹

Pada gambar 4.6 menunjukkan beberapa *event* ulang tahun yang dilakukan di *cafe-cafe* ataupun tempat makan, menyesuaikan setiap member yang berulang tahun, dan di ikuti oleh beberapa Penggemar Korea yang ada di dalam komunitas dan berada di daerah tersebut.

b. Korean Drama (K-Drama)

Salah satu komponen utama dari masuknya *Korean Wave* adalah *K-drama*, yang telah berhasil menarik perhatian jutaan penonton. terutama di kalangan remaja. *K-drama* tidak hanya menjadi hiburan, tetapi juga berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan budaya Korea dengan kehidupan sehari-hari penggemarnya. *K-Drama* dikenal dengan alur cerita yang menarik, karakter yang kuat, dan produksi yang berkualitas tinggi.

⁸⁹ Data Penelitian dari Koleksi Pribadi Milik Informan 2025

Cerita-cerita dalam *K-Drama* sering kali mengangkat tema universal seperti cinta, persahabatan, dan perjuangan hidup, yang membuatnya mudah dihubungkan oleh remaja. Selain itu, *K-Drama* sering kali menampilkan nilai-nilai *positif*, seperti pentingnya keluarga, kerja keras, dan kejujuran, yang resonan dengan pengalaman hidup remaja.

Seperti pada wawancara yang penulis lakukan kepada beberapa informan, mengenai bagaimana tontonan berupa *K-Drama* juga ikut menjadi keseharian mereka dan apa yang membuat *K-Drama* itu menarik juga bagaimana *K-Drama* memberikan pengaruh pada kebiasaannya sebagai berikut :

"Kalau drama semua genre nya saya suka ya kak, drama itu sendiri karena kualitas produksi yang tinggi, cerita yang menarik dan variatif, serta kecakapan para pemain dalam beracting. Selain itu, faktor visual seperti penampilan para pemain dan lokasi pemotretan yang bagus juga menjadi daya tarik tersendiri. Cerita dalam drama Korea itu juga cenderung lebih kompleks dan variatif, dengan banyak genre yang diangkat seperti romansa, komedi, aksi, thriller, dan horor".⁹⁰

"setiap hari malahan saya selalu menonton drakor, dengan menonton drakor saya bisa mengembalikan mood saya yang buruk menjadi lebih baik".⁹¹

Dari penjelasan diatas juga diperkuat oleh hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan beberapa informan dengan mengajukan pertanyaan yang sama. Bagaimana drama Korea menarik perhatiannya dan menjadi bagian dari kesehariannya.

⁹⁰ Data wawancara informan Annisa pada tanggal 29 mei 2025 pukul 17.45 WIB.

⁹¹ Data wawancara informan Aprilia pada tanggal 22 mei 2025 Pukul 22.21 WIB.

Hasil wawancara juga didukung dengan salah satu postingan drama Korea yang penulis temui di Instagram mengenai bagaimana pendapat para remaja penggemar Korea akan Drama yang mereka tonton.

Gambar 4.7
Postingan dan Komentar pada salah satu K-drama
Berjudul *Resident Playbook*



Sumber : Data Penelitian 2025⁹²

Pada gambar 4.7 diatas, postingan pada akun *atika_cahyaa*, salah satu *K-Drama* yang memiliki alur cerita menarik dan membawa pelajaran hidup yang membuat *K-Drama* selalu menjadi perhatian untuk di tonton.

Selain jalan atau alur cerita yang menarik dengan menyaksikan atau mengikuti drama Korea, ternyata juga memberikan ketertarikan

⁹² Data penelitian diakses pada tanggal 31 mei 2025 pukul 21.40 WIB.

untuk dapat mempelajari bahasa dari Negeri Ginseng tersebut, bahasa korea dikenal dengan

Hal ini dibuktikan pada wawancara yang penulis lakukan kepada informan, mengenai bagaimana tontonan berupa *K-Drama* juga memberikan dan menarik mereka untuk ikut mempelajari bahasa asal Korea Selatan tersebut.

“kalo untuk dramanya, saya sering menonton drama yang akan tayang atau biasa disebut dengan drama on going, menonton dramanya sedikit demi sedikit daya bisa mengucapkan bahasa Korea, tetapi hanya sedikit”.⁹³

“ Kalo untuk nonton drakor sendiri, sering keluar kak satu atau dua kata bahasa Korea, kalau sekarang perlahan-lahan sedang mempelajari”.⁹⁴

c. Korean Food (K-Food)

Ketertarikan terhadap kuliner Korea Selatan mendorong remaja untuk mencoba resep dan mengunjungi restoran yang menyediakan ataupun mengusung tema *Korean Food*, tidak hanya sebatas itu produk-produk korea yang masuk ke Indonesia dan di pasarkan di toko-toko seperti makanan ringan yang berkolaborasi dengan idola asal Korea Selatan juga menarik minat bagi remaja Khususnya penggemar Korea. Olahan makanan korea yang banyak dikenal contohnya seperti, *tteokbokki*, *kimchi*, *ramyeon*, *bibimbap*, kemudian untuk produk makanan ataupun minuman instan yang bergaya dan memiliki cita rasa korea diantaranya, *ollatte*, *HY Coffe*, *samyang bulldak* dan lain-lain.

⁹³ Data wawancara informan Elsa pada tanggal 20 mei 2025, pukul 13.02 WIB.

⁹⁴ Data wawancara informan Annisa pada tanggal 29 mei 2025 pukul 17.45 WIB.

Hal ini juga dibuktikan dengan hasil wawancara pada informan, dimana peneliti mengajukan pertanyaan yang sama akan ketertarikan informan pada olahan makanan Korea Selatan maupun produk-produk instan asal korea selatan yang saat ini tersebar juga di Indonesia :

“Sangat tertarik kak, kalau ada produk makan yang bingkisannya mengenai BTS saya langsung beli kak, minuman-minuman yang berbau Korean saya beli juga”.⁹⁵

Dari penjelasan diatas juga diperkuat oleh hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan saudari (Annisa sebagai salah satu *ARMY* atau penggemar Korea yang aktif di media sosial Instagram). Bagaimana ketertarikannya akan produk makanan dari Korea.

Gambar 4.8
Produk minuman asal Korea yang berkolaborasi
Dengan Group Idol asal Korea (BTS)



Sumber : Data Penelitian 2025⁹⁶

⁹⁵ Data wawancara informan Annisa pada tanggal 29 mei 2025 pukul 17.45 WIB.

⁹⁶ Data Penelitian dari Koleksi Pribadi Milik Informan 2025

Pada Gambar 4.8 diatas merupakan salah satu produk minuman asal Korea yang masuk ke market Indonesia yang juga berkolaborasi dengan salah satu *Boygroun* asal Korea.

Gambar 4.9
Produk Minuman yang dibeli oleh Informan



Sumber : Data Penelitian 2025⁹⁷

Pada gambar 4.9 diatas merupakan produk minuman yang dibeli oleh informan, membuktikan bahwa dengan adanya produk Korea yang masuk ke Indonesia dan berkolaborasi dengan salah satu idol group yang disukai, dapat menarik perhatian bagi pembeli terkhususnya remaja penggemar Korea.

Tidak hanya pada produk minuman saja, makanan asal Negeri Ginseng tersebut juga menarik perhatian yang menarik untuk dicoba baik dengan membeli atau buat sendiri, bagi salah satu informan yang penulis wawancarai sebagai berikut :

“Kalo ada idol kesukaan kolaborasi sama produk Indonesia itu kebanyakan bakal dapat fotocards, jadi pengen beli buat dapetin fotocards itu sendiri, dan banyak makanan yang di ekspor dari

⁹⁷ Data Penelitian dari Koleksi Pribadi Milik Informan 2025

*Korea langsung di Indonesia dan udah cobain beberapa juga, bahkan kalo produknya belum ada di pasaran baru ngumumin kolaborasi sama idol tertentu aja udah banyak yang excited untuk nyobain kak”.*⁹⁸

Gambar 4.10

Korean Food yang dibuat oleh informan



Sumber : Data Penelitian 2025⁹⁹

Pada gambar 4.10 diatas merupakan salah atu olahan makanan asal Korea Selatan *tteokbokki* yang dicoba dengan memasak sendiri oleh informan, membuktikan bahwa bahkan dari segi makanan dapat menarik perhatian untuk membeli atau memasak sendiri, terkhususnya remaja penggemar Korea.

d. Korean Fashion (K-fashion)

Salah satu dampak akan masuknya budaya *Korean Wave* di Indonesia ada pada *fashion* , mulai dari gaya berpakaian, gaya rambut, bahkan hingga *make up*, fashion ala Korea dikenal dengan *style* nya yang hangat, casual, dan *stylish* tanpa berkesan berlebihan. *Fashion* ala Korea kerap kali menggabungkan warna-warna netral dengan gaya

⁹⁸ Data wawancara informan Nessi pada tanggal 23 mei 2025 pukul 20.25 WIB.

⁹⁹ Data Penelitian dari Koleksi Pribadi Milik Informan 2025

yang tetap modis, sehingga mudah ditiru dan juga cocok untuk dipakai sehari-hari, maupun saat berpergian.

Hal yang sama juga diungkapkan oleh beberapa informan yang penulis wawancarai :

*“Dari segi fashion, saya tertarik dengan gaya berpakaian orang Korea yang cenderung minimalis, rapi, dan stylish tanpa terkesan berlebihan. Mereka sering menggabungkan warna-warni netral dengan baju yang tetap modis, sehingga mudah untuk ditiru dan cocok untuk dipakai sehari-hari, terutama bagi saya yang menyukai tampilan simpel”.*¹⁰⁰

*“Dalam hal fashion, saya mulai lebih memperhatikan gaya berpakaian yang rapi, simple, tapi tetap stylish, seperti yang sering ditampilkan oleh idola-idola Korea. Misalnya memakai oversized hoodie, celana kulot, sneakers putih, atau layering outfit yang tetap nyaman tapi tampak keren. Tren seperti “clean look” atau “minimalist chic” ala korea terasa cocok untuk dipakai kegiatan sehari-hari”.*¹⁰¹

*“Terutama dalam hal fashion yaa, suka liat mereka kalo memadu madankan warna buat baju mereka, jadi suatu inspirasi buat akunya”.*¹⁰²

*“Kalo soal fashion sih ngaruh banget kak misalkan mau cari pakaian di online shop pasti nyarinya kayak dress Korean style, sepatu ala-ala Korea bahkan nyari gamispun caranya yang Korean style”.*¹⁰³

*“Dalam hal fashion salah satunya ya kak, karena menawarkan berbagai pilihan gaya berpakaian yang bisa disesuaikan dengan selera dan aktivitas sehari-hari ya kak, dan tentunya korean style juga memadukan beberapa pakaian antar satu sama lain untuk menciptakan tampilan yang lebih menarik dan hangat kak”.*¹⁰⁴

¹⁰⁰ Data wawancara informan Aprilia pada tanggal 22 mei 2025 Pukul 22.21 WIB.

¹⁰¹ Data wawancara informan Elsa pada tanggal 20 mei 2025, pukul 13.02 WIB.

¹⁰² Data wawancara informan Dilla pada tanggal 14 mei 2025, pukul 19.18 WIB.

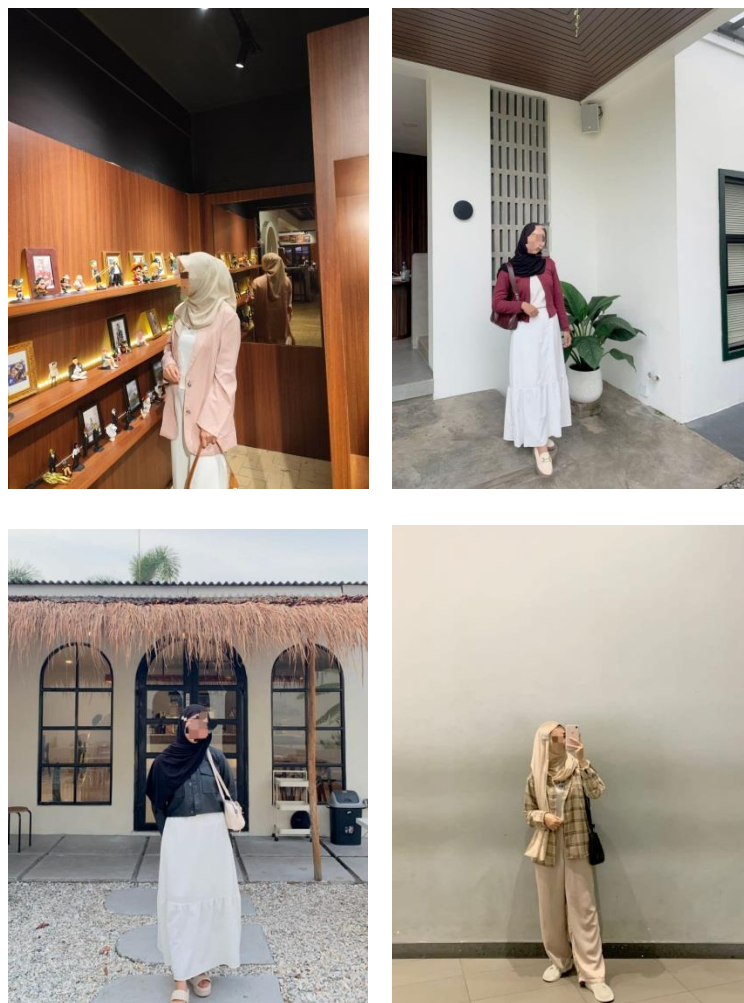
¹⁰³ Data wawancara informan Nessi pada tanggal 23 mei 2025 pukul 20.25 WIB.

¹⁰⁴ Data wawancara informan Annisa pada tanggal 29 mei 2025 pukul 17.45 WIB.

Dalam wawancara yang dilakukan pada kelima informan semuanya menyampaikan pendapat yang sama bagaimana dengan mengenal Korea Selatan, dalam hal berpakaian juga menjadi salah satu inspirasi mereka dengan bergaya ala *Korean style*.

Gambar 4.11

Foto *fashion style* informan



Sumber : data penelitian 2025¹⁰⁵

Dari gambar 4.11 diatas dapat dilihat bahwa bagaimana *fashion* yang dikenakan informan dengan *fashion style* ala Korea yang menggunakan

¹⁰⁵ Data Penelitian dari Koleksi Pribadi Milik Informan 2025

blezer dengan warna lembut dan dipadukan dengan celana putih menambahkan kesan segar dan terlihat minimalis, bahkan juga cocok untuk dikenakan saat sedang berpergian atau ke *cafe*, seperti yang terlihat pada foto yang diberikan oleh informan.

E. Pembahasan

1. Fenomena Korean Wave : Analisis Gaya Hidup Melalui Lensa Teori Pierre Bourdieu

Gaya Hidup menurut Bourdieu adalah dimana gaya hidup seseorang dipahami sebagai hasil dari interaksi antara manusia sebagai subjek, sekaligus objek dalam masyarakat. Pandangan Bourdieu telah membangun sebuah “*Habitus*”, yakni modal pengetahuan atau budaya sehari-hari yang merefleksikan pengalaman rutin dengan tingkah laku yang sesuai dengan suatu budaya tertentu.

Gaya hidup *Korean Wave*, atau yang dikenal sebagai *Hallyu*, merujuk pada fenomena global di mana budaya pop Korea Selatan, termasuk musik, drama, *film*, *fashion*, dan makanan, telah mendapatkan popularitas yang luar biasa di seluruh dunia. *Hallyu* dimulai pada awal 2000-an dan terus berkembang, menarik perhatian jutaan penggemar di berbagai negara. Salah satu aspek paling menonjol dari *Hallyu* adalah musik *K-pop* dan *K-Drama*, yang ditandai dengan grup-grup idola yang memiliki penggemar fanatik dan sering kali mengadakan konser di berbagai belahan dunia. Selain itu, drama Korea yang dikenal dengan alur cerita yang menarik dan karakter yang kuat, juga telah menjadi salah satu daya tarik utama, sering kali memicu tren baru

dalam gaya berpakaian dan perilaku sosial. beberapa konsep Bourdieu yang dikaitkan dengan *hallyu* sebagai gaya hidup :

a. Habitus

Habitus mengacu pada kerangka mental atau kognitif yang digunakan seseorang untuk berinteraksi dengan orang lain, habitus dalam ranah sosial ini mengacu pada penyebaran budaya Korea yang masuk melalui media sosial, akhirnya menyebar dan selalu *update* sesuai dengan perkembangan yang ada dan diikuti oleh penggemar dari negeri ginseng tersebut, baik dari segi musik, makanan, bahkan hal mengenai kehidupan pribadi idol juga menjadi salah satu informasi yang dicari. Hal inilah yang dikatakan sebagai habitus atau kebiasaan yang membentuk pola konsumsi melalui pengaruh dari berbagai sisi.

b. Modal

Pada arena produksi kultural yang berlangsung dalam masyarakat, habitus telah menjadi kebiasaan yang tidak dapat dipisahkan dari apa yang disebut sebagai modal, Bourdieu menempatkan individu dalam ruang sosial yang harus memiliki modal, ada 4 macam modal yang menjadi acuan dalam teori Bourdieu, diantaranya modal ekonomi, modal budaya, modal sosial, dan modal simbolik :

1. Modal Ekonomi, Budaya dan Sosial dalam Hallyu

Bourdieu membedakan beberapa jenis modal: modal ekonomi, sosial, budaya, dan simbolik. Dalam fenomena *Korean Wave* beberapa modal memiliki keterkaitan akan konsumsi budaya yang diterima

Modal Ekonomi: Modal ekonomi merujuk pada sumber daya finansial yang dimiliki individu atau kelompok. Hal ini digambarkan dengan penggemar yang menyisihkan dan mengeluarkan uang untuk membeli album, *merchandise*, atau tiket konser.

Modal Budaya: Modal budaya memainkan peran penting dalam membentuk pengalaman individu dalam konteks fenomena *Korean Wave*. Dengan mengembangkan pengetahuan dan keterampilan terkait budaya Korea, penggemar tidak hanya meningkatkan status sosial mereka, tetapi juga menciptakan jaringan sosial yang mendukung partisipasi dalam komunitas *Hallyu*. Pengetahuan tentang budaya Korea, bahasa, dan sejarah menjadi modal penting bagi penggemar untuk memahami dan mengapresiasi konten yang mereka konsumsi.

Modal Sosial: Modal sosial dalam konteks *Korean Wave* berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan penggemar dengan komunitas. Dengan membangun jaringan hubungan yang kuat, penggemar dapat meningkatkan pengalaman mereka, mendapatkan dukungan, dan berkontribusi pada pertumbuhan fenomena *Hallyu* secara global. Modal sosial menjadi salah satu faktor kunci yang menjelaskan bagaimana *Hallyu* dapat mempengaruhi

kehidupan sosial dan budaya di berbagai belahan dunia, serta menciptakan rasa kebersamaan di antara penggemar. Jaringan sosial yang terbentuk di antara penggemar, baik secara *online* maupun *offline*, menciptakan komunitas yang saling mendukung dan berbagi pengalaman.

dalam teori gaya hidup Pierre Bourdieu, pada poin modal memiliki 4 hal yang dapat dilihat, akan tetapi dengan hasil penelitian yang peneliti lakukan, dan berdasarkan data-data penelitian yang ada, hanya 3 poin yaitu modal ekonomi, modal budaya dan modal sosial yang terlihat dalam gaya hidup *Korean Wave*.

c. Arena

Konsep arena mencakup ruang di mana interaksi sosial, budaya, dan ekonomi terjadi. Dalam konteks fenomena *Korean Wave*, arena berfungsi sebagai tempat di mana penggemar, artis, dan industri berinteraksi, menciptakan pengalaman yang memperkuat keterikatan mereka dengan budaya Korea. Memahami arena ini membantu kita untuk melihat bagaimana *Hallyu* berkembang dan mempengaruhi kehidupan sosial dan budaya di berbagai belahan dunia. Dalam konteks *Korean Wave (Hallyu)*, arena dapat merujuk pada berbagai ruang di mana fenomena ini terjadi, seperti:

Arena Media: Televisi, film, dan platform streaming di mana konten Korea disebarluaskan dan dikonsumsi oleh audiens global.

Arena Komunitas: Kelompok penggemar yang berkumpul secara online atau offline untuk berbagi minat dan pengalaman terkait *Hallyu*.

Arena Pariwisata: Destinasi di Korea Selatan yang menarik pengunjung internasional yang ingin mengalami budaya Korea secara langsung, seperti lokasi syuting drama atau konser *K-pop*.

d. Praktik

Praktik dalam teori yang dirumuskan Pierre Bourdieu merupakan hasil dari (Habitus x Modal) + Arena = yang dimana menghasilkan Praktik atau bentuk tindakan dari semua komponen konsumsi yang ada dan menjadi sebuah kebiasaan atau yang bisa disebut juga Habitus. Dalam kaitannya dengan *Hallyu* adalah bentuk praktik mencakup tindakan dan kegiatan yang dilakukan oleh individu atau kelompok dalam berbagai konteks. Dalam konteks fenomena *Korean Wave*, praktik mencerminkan cara penggemar berinteraksi dengan budaya Korea, baik melalui konsumsi media, partisipasi dalam komunitas, maupun ekspresi kreatif. Memahami praktik ini membantu kita untuk melihat bagaimana *Hallyu* berkembang dan mempengaruhi kehidupan sosial dan budaya di berbagai belahan dunia.

Dalam penelitian ini peneliti melakukan penelitian mengenai konsumsi remaja dalam mengintegrasikan budaya korea dalam keseharian mereka dengan menggunakan teori Habitus Pierre Bourdieu. Habitus sendiri menurut Pierre Bourdieu yakni modal pengetahuan atau budaya sehari-hari yang merefleksikan pengalaman rutin dengan tingkah laku yang sesuai dengan suatu budaya tertentu¹⁰⁶, habitus adalah kerangka interpretif untuk

¹⁰⁶ Nurudin, Pengantar Komunikasi Massa, (Jakarta: PT RAJA GRAFINDO PERSADA 2017), hal 191-192.

memahami dan mengevaluasi realitas, dan juga berfungsi sebagai katalis untuk pengembangan gaya hidup yang menganut pola objektif.

Habitus merupakan pondasi kepribadian individu dan kedua hal tersebut saling berkaitan perilaku individu yang lebih improvisasi dan tidak terlalu dibatasi oleh norma diperhitungkan dalam membangun kebiasaan dalam metode ini. Habitus adalah sistem disposisi yang terbentuk melalui pengalaman individu dalam konteks sosial dan budaya tertentu. Menurut Bourdieu, habitus mencakup cara berpikir, bertindak, dan merasakan yang diinternalisasi oleh individu melalui interaksi sosial. Dalam konteks konsumsi budaya, habitus mempengaruhi pilihan individu dalam mengakses dan menikmati produk budaya, termasuk *K-Pop*, *K-Drama*, *K-Food*, dan *K-Fashion*.

2. Implikasi Teori Bourdieu dalam Memahami Fenomena Korean Wave

Gaya Hidup *Korean Wave*, yang mencakup berbagai aspek budaya Korea, seperti musik *K-pop*, drama, dan fashion, yang telah mendapatkan popularitas global yang signifikan. Untuk memahami dinamika dan dampak dari *Korean Wave*, penelitian ini menggunakan kerangka teori gaya hidup yang dikembangkan oleh Pierre Bourdieu. Bagaimana individu dan kelompok membentuk identitas serta preferensi mereka dalam konteks sosial yang lebih luas. Dengan memanfaatkan konsep-konsep kunci seperti habitus, modal, arena, serta praktik, penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana penggemar *Korean Wave* menginternalisasi nilai-nilai budaya Korea,

berinteraksi dalam komunitas mereka, dan membangun gaya hidup yang mencerminkan pengaruh budaya global.

Fenomena *Korean Wave*, atau *Hallyu*, telah menjadi salah satu gerakan budaya yang paling signifikan dalam beberapa dekade terakhir, dengan dampak yang luas di berbagai belahan dunia, termasuk Indonesia. *Hallyu* mencakup berbagai aspek budaya pop Korea, seperti *K-Pop*, *K-Drama*, *K-Food*, dan *K-Fashion*, yang telah menarik perhatian jutaan penggemar di seluruh dunia. Untuk memahami pengaruh *Hallyu* terhadap gaya hidup terutama pada remaja sesuai dengan apa yang peneliti teliti, menggunakan teori habitus yang dikemukakan oleh Pierre Bourdieu, yang menjelaskan bagaimana pengalaman sosial dan budaya membentuk pola pikir, kebiasaan, dan tindakan individu.

Secara keseluruhan, fenomena *Korean Wave* tidak hanya sekedar tren hiburan, tetapi juga berfungsi sebagai agen perubahan yang signifikan dalam membentuk habitus individu atau masyarakat. Melalui proses internalisasi nilai-nilai dan norma-norma budaya Korea, *Hallyu* berkontribusi pada pembentukan identitas baru dan gaya hidup yang lebih beragam di kalangan masyarakat global, termasuk di Indonesia. Proses perkembangan budaya yang mencolok dapat dilihat pada, bagaimana saat ini gelombang Korea lebih menarik minat bagi masyarakat, khususnya golongan remaja. Dapat dilihat dalam beberapa sisi. Hal ini juga berkaitan dengan teori *3f* atau *food, fun* dan *fashion*.

Pertama segi *fashion*, gaya berpakaian selalu berubah ubah setiap masa, akan tetapi hingga saat ini *style* ala Korea semakin merebak luas dan menarik minat bagi orang-orang, contohnya seperti setiap produk yang ada pada toko *offline* maupun *online*, kerap kali mengusung tema Korea hal inilah yang menunjukkan perubahan dari adanya budaya Korea, saat para konsumen lebih memilih untuk membeli atau mengkoleksi produk yang berasal dari negeri ginseng tersebut.

Kedua dalam hal makanan, sering kali kita temui di sekitar kita olahan-olahan asal Korea Selatan, baik instan maupun non instan, rasa ketertarikan akan sesuatu membuat orang-orang kerap kali ingin lebih mengenal apa yang mereka suka, seperti halnya akan budaya, mereka memilih untuk mencicipi berbagai macam produk yang dipasarkan dan berasal dari Korea Selatan karena adanya rasa ingin tahu atau tertarik akan budaya yang mereka sukai.

Dalam hal hiburan, disini mencakup beberapa hal seperti tontonan, dan selera musik, saat ini ada banyak drama maupun *movie* yang hadir untuk menghibur masyarakat, akan tetapi hal yang menjadi perhatian adalah drama Korea, drama Korea di dukung dengan visual yang menarik serta alur cerita yang ringan dan terkesan cerah memberikan nilai tersendiri, tidak hanya itu pada industry musik, Korea Selatan tidak hanya menawarkan sebuah lagu saja akan tetapi juga didukung dengan visual *boyband* maupun *girlband* yang dapat menarik perhatian terkhususnya bagi remaja.

Fenomena *Korean Wave* atau *Hallyu* memiliki pengaruh yang sangat luas terhadap gaya hidup masyarakat, terutama di kalangan remaja dan pengguna aktif media sosial seperti Instagram. Teori habitus Bourdieu menjelaskan bahwa perilaku dan tindakan individu dibentuk oleh pengalaman dan lingkungan sosialnya. Habitus yang terbentuk dari pengalaman sosial dan budaya memungkinkan remaja penggemar Korea untuk menginternalisasi berbagai elemen budaya Korea yang kemudian mereka ekspresikan melalui aktivitas di media sosial.

Instagram telah menjadi platform yang sangat efektif bagi remaja untuk mengekspresikan kecintaan mereka terhadap budaya pop Korea, salah satunya dengan saat ini banyaknya akun Instagram yang dikelola oleh masing-masing nama Komunitas penggemar, dimana akun yang dibuat ditujukan untuk menyampaikan informasi seputar *update* dari masing-masing idola setiap komunitas yang ada bahkan informasi seputar *entertainment* Negeri Ginseng tersebut. Pemanfaatan media sosial Instagram yang digunakan oleh penggemar Korea tidak hanya sebatas informasi musik saja, akan tetapi juga membahas mengenai wisata, drama bahkan hingga pemerintahan Korea Selatan.

Pola konsumsi budaya penggemar Korea di Instagram melalui teori habitus Pierre Bourdieu, di mana individu menginternalisasi nilai dan norma budaya yang mempengaruhi selera dan perilaku mereka. Media sosial berfungsi sebagai arena untuk mengekspresikan identitas dan membangun komunitas, memperkuat pembedaan sosial melalui konsumsi budaya.

Mengekspresikan identitas yang dilakukan oleh penggemar Korea melalui media Instagram adalah dengan bagaimana mereka mempublikasi kegiatan ataupun hobi yang mereka lakukan, dimana berkaitan dengan *Korean Pop Culture*, seperti, menonton Konser, membahas bagaimana drama yang ditonton, juga dengan menunjukkan *daily life* bergaya Korea, melalui *fashion* ataupun makanan, hal inilah yang nantinya akan membangun interaksi antar sesama penggemar dan dapat menarik penggemar ataupun non penggemar untuk ikut mengikuti perkembangan yang ada mengenai Budaya Korea.

Kemudian untuk memperkuat pernyataan hasil penelitian berdasarkan dengan data-data yang ada diatas, peneliti menghubungkan pada salah satu penelitian mengenai penelitian secara gencar oleh pihak Korea melalui asupan kebudayaan yang dimana berbentuk *K-Pop* dan *K-Drama* dapat mempengaruhi remaja penggemar Korea, merupakan penelitian yang dilakukan oleh Monique Fiolitha M.T dan Irwansyah.¹⁰⁷ Hal ini membuktikan bahwa bagaimana peranan media dapat mempengaruhi gaya hidup seseorang salah satunya melalui media sosial instagram.

Habitus, sebagai sistem disposisi yang terinternalisasi, mencerminkan cara individu berinteraksi dengan lingkungan sosial mereka. Dalam konteks Hallyu, habitus remaja dan masyarakat yang terpapar oleh budaya Korea mengalami transformasi yang signifikan. Misalnya, remaja yang terpengaruh oleh *K-Pop* tidak hanya mengadopsi musik dan tarian, tetapi juga mulai

¹⁰⁷ Monique Fiolitha M.T, “Peranan Audiovisual Dalam Fenomena Hallyu Sebagai Budaya dan Gaya Hidup Remaja di Jakarta”, *Dinamika Sosial Budaya*, no.2 (2020), 184-201.

meniru gaya berpakaian, bahasa, dan perilaku yang mencerminkan idola mereka. Hal ini menciptakan identitas baru yang terhubung dengan budaya Korea, yang pada dasarnya juga ikut mempengaruhi cara mereka berinteraksi dengan teman sebaya dan masyarakat luas.

Di dukung juga dengan salah satu penelitian lain oleh Octy Astrid Nasution, dan kawan-kawan.¹⁰⁸ Menurut hasil penelitian bagaimana pembentukan habitus individu termasuk latar belakang keluarga, lingkungan sosial, pendidikan, dan pengalaman hidup, dapat menjadi salah satu bentuk sosialisasi dan interaksi dengan lingkungan sosial seseorang membentuk sikap, pikiran, dan perilaku mereka pada bagaimana nantinya bentuk tindakan dan pilihan yang mereka ambil dalam kehidupan sehari-hari. Sejalan dengan remaja penggemar Korea yang mengalami perubahan dan mulai mengikuti Konsumsi budaya dengan menikmati tayangan-tayangan dan penyebaran pada budaya Korea melalui media sosial Instagram.

Korean Wave (Hallyu) dan pengaruhnya terhadap gaya hidup remaja penggemar Korea sendiri, dengan masing-masing elemen *Korean Wave*, *K-Food*, *K-Drama*, *K-Pop*, dan *K-Fashion* serta peran media sosial, khususnya Instagram, dalam proses ini. bagaimana elemen-elemen ini membentuk pola pikir dan perilaku individu.

¹⁰⁸ Octy Astrid Nasution, “Kemiskinan Pada Gelandangan Dan Pengemis (Gepeng) Diperkotaan: Perspektif Teori Habitus Oleh Pierre Bourdieu”, *Journal on Education*, vol 07, no 01 (2024).

a. Musik Korean Pop (K-Pop)

K-Pop adalah salah satu elemen paling dominan dalam *Hallyu*, dengan daya tarik yang melampaui batasan geografis, *K-Pop* dengan daya tarik visual dan musikalnya, telah menciptakan komunitas penggemar yang solid, di mana individu saling berbagi pengalaman dan mengekspresikan kecintaan mereka terhadap grup atau artis tertentu, *K-Pop* tidak hanya tentang musik, tetapi juga tentang penampilan, tarian, dan interaksi dengan penggemar. Ketika individu terlibat dalam dunia *K-Pop*, mereka mengadopsi gaya hidup yang mencakup mengikuti berita artis, berpartisipasi dalam *fan meeting*, dan meniru gaya idola mereka. Ini menciptakan habitus di mana penggemar merasa terhubung dengan komunitas global yang memiliki minat yang sama.

Hal ini salah satunya ditunjukkan dengan bagaimana seorang penggemar ingin memiliki barang ataupun produk-produk yang dikeluarkan idola mereka, (hasil penelitian pada gambar 4.4), meluangkan waktu mereka untuk dapat mengikuti konser atau *variety show* yang dihadiri oleh idola mereka, hal ini juga tidak terlepas dari bagaimana para penggemar-penggemar *K-Pop* membagikan konten seperti foto, video *dance cover*, dan *fanart*. (hasil penelitian pada gambar 4.1). Mereka menggunakan *platform* instagram ini untuk mengikuti perkembangan terbaru dari artis favorit mereka. Interaksi di Instagram memperkuat rasa kebersamaan di antara penggemar, menciptakan komunitas yang solid di mana mereka saling mendukung dan berbagi pengalaman.

b. Korean Drama (K-Drama)

K-Drama turut membentuk habitus para penggemarnya dengan menawarkan narasi dan nilai estetika yang memengaruhi selera hiburan dan gaya hidup mereka. *K-Drama* menawarkan narasi yang menarik dan karakter yang kompleks, sering kali mencerminkan isu-isu sosial dan budaya yang relevan. Melalui Instagram seperti *stories* atau *reels*, penggemar sering membagikan kutipan, review, atau cuplikan momen-momen dari drama favorit mereka. Hal ini salah satunya dengan bagaimana saat drama selesai ditayangkan akan ada banyak respon dan pesan-pesan yang akan dibagikan pada akun-akun yang memang menyampaikan terkait informasi seputar drama Korea tersebut, (Hasil Penelitian Gambar 4.7) .

Hal Ini menciptakan ruang interaksi sosial yang memperkuat kesamaan habitus antar pengguna yang memiliki kecenderungan budaya yang sama. Selain itu, *K-Drama* juga menginspirasi gaya hidup yang ditampilkan dalam serial, seperti *fashion*, kebiasaan, dan cara berpakaian yang kemudian diadopsi dan dipertontonkan di Instagram. Tidak hanya sebatas mengikuti atau menyaksikan saja, saat ini sudah banyak orang yang mulai mempelajari bahasa Korea, hal ini juga disebabkan dengan adanya tayangan *K-drama* yang menampilkan narasi cerita yang menarik, serta dengan pembawaan bahasa yang mampu membawa penonton untuk ikut serta di dalamnya. Dengan ini membuktikan bahwa melalui apa yang kita saksikan dan kita konsumsi lewat sebuah *film*, juga akan ikut ke dalam kebiasaan sehari-hari seseorang.

c. Korean Food (K-Food)

K-Food, atau makanan Korea, telah menjadi salah satu elemen paling menarik dari *Hallyu*. Makanan seperti *kimchi*, *bulgogi*, *tteokbokki* dan *bibimbap* tidak hanya dikenal karena cita rasanya yang unik, tetapi juga karena nilai-nilai budaya yang terkandung di dalamnya. Ketika orang-orang yang tertarik akan kebudayaan Korea, mulai mengonsumsi *K-Food*, mereka tidak hanya menikmati rasa, tetapi juga menginternalisasi nilai-nilai budaya Korea, seperti pentingnya berbagi makanan dan tradisi kuliner. Ini menciptakan habitus baru di mana makanan Korea menjadi simbol identitas dan gaya hidup yang lebih *modern* dan *global*.

Salah satu yang menjadi jembatan tersebar luasnya adalah melalui instagram, kerap kali beberapa dari mereka sering membagikan foto makanan Korea yang mereka coba, baik di restoran maupun yang mereka masak sendiri. Hashtag seperti *#KFood* atau *#KoreanFood* menjadi populer, menciptakan komunitas di mana pengguna saling berbagi resep, tips memasak, dan pengalaman kuliner. Ini memperkuat interaksi sosial dan memperluas pengetahuan tentang budaya Korea di kalangan penggemar.

Hal ini juga yang menjadi daya tarik bagi para penggemar Korea, *K-Food* dengan cita rasa yang unik dan beragam, juga telah menjadi bagian integral dari gaya hidup sehari-hari, di mana banyak orang mulai mencari restoran Korea mulai menciptakan lapangan bisnis dengan menjual produk

olahan makanan Korea atau mencoba memasak masakan Korea di rumah, (Hasil Penelitian Gambar 4.10).

d. K-Fashion

K-Fashion, yang menampilkan tren *mode* yang inovatif dan gaya berpakaian yang *fresh*, juga berkontribusi pada perubahan habitus. Banyak remaja yang terinspirasi oleh penampilan selebriti Korea dan mulai mengadopsi gaya berpakaian yang lebih berani dan kreatif. Hal ini tidak hanya mencerminkan perubahan dalam preferensi mode, tetapi juga menunjukkan bagaimana individu berusaha untuk mengekspresikan identitas mereka melalui pilihan gaya berpakaian yang terinspirasi oleh budaya Korea. (Hasil Penelitian Gambar 4.11)

para penggemar yang kemudian menampilkan lewat foto-foto *OOTD* (*Outfit of The Day*) di Instagram. Inspirasi dari tren mode Korea, yang dikenal dengan desain yang *fresh* dan inovatif, membentuk habitus yang baru dalam hal estetika dan ekspresi diri. Penggemar yang aktif di Instagram tidak hanya mengikuti tren, tetapi juga berpartisipasi dalam menciptakan tren tersebut dalam komunitas daring mereka. Instagram menjadi ruang penting di mana *K-Fashion* menyatu dengan identitas sosial penggunanya, memperkuat hubungan sosial melalui apresiasi bersama terhadap budaya Korea.

Ketika individu terpapar pada *K-Fashion*, mereka mulai mengadopsi elemen-elemen gaya berpakaian yang terinspirasi oleh selebriti Korea. Ini menciptakan habitus di mana individu merasa lebih percaya diri untuk

mengekspresikan diri dan untuk menunjukkan gaya mereka serta terhubung dengan penggemar lain. Ini menciptakan ruang di mana individu dapat saling memberi inspirasi dan berbagi tips tentang fashion, memperkuat identitas mereka sebagai bagian dari komunitas *K-Fashion*.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai gaya hidup *Korean Wave* di kalangan remaja, khususnya penggemar komunitas *Adorable Representative M.C for Youth (ARMY)* di Instagram, ditemukan bahwa budaya Korea terdiri dari empat elemen utama: *K-Pop*, *K-Drama*, *K-Food*, dan *K-Fashion*, yang diperkenalkan melalui media sosial. Dengan menggunakan teori Bourdieu, gaya hidup *Korean Wave* dipahami sebagai interaksi sosial yang kompleks, di mana habitus, modal, dan arena saling berinteraksi untuk membentuk identitas dan pengalaman penggemar. Fenomena ini menunjukkan dinamika budaya yang kaya dan beragam dalam masyarakat modern.

1. Fenomena *Hallyu* telah menjadi agen transformasi penting dalam membentuk gaya hidup dan identitas remaja. Melalui internalisasi nilai dan norma budaya Korea, *Hallyu* mengubah habitus individu, menciptakan identitas baru yang berakar pada kecintaan terhadap budaya Korea. Media sosial, terutama Instagram, berfungsi sebagai arena vital untuk mengekspresikan identitas, membangun komunitas penggemar, dan memperkuat pembedaan sosial berbasis konsumsi budaya. Aktivitas penggemar, seperti menonton konser, mengikuti berita idola, dan berbagi pengalaman *K-Food* dan *K-Fashion*, mencerminkan internalisasi habitus yang dipengaruhi oleh *Hallyu*,

serta memperkuat solidaritas sosial di antara penggemar. Fenomena *Hallyu* telah menjadi agen transformasi penting dalam membentuk gaya hidup dan identitas remaja.

2. Penulis menemukan remaja mengkonsumsi budaya Korea dalam kehidupan sehari-hari mereka, Media sosial, khususnya Instagram, menjadi platform utama untuk mengekspresikan identitas dan membangun komunitas. Habitus yang terbentuk bukan hanya sekedar kebiasaan, tetapi sistem yang memengaruhi cara berpikir dan bertindak individu. Pola konsumsi budaya di Instagram mencerminkan interaksi antara habitus, modal sosial, dan pembedaan sosial, menjadikan media sosial sebagai sarana untuk berbagi dan memperkuat hubungan sosial di antara penggemar. Dengan demikian, gaya hidup Korean Wave pada remaja merupakan fenomena sosial budaya yang melibatkan proses internalisasi nilai, pembentukan identitas, dan interaksi sosial yang kompleks. Serta dengan adanya pengaruh dari budaya Korea yang dapat lebih banyak menarik perhatian dan bahkan sudah menjadi salah satu target pemasaran dari berbagai macam aspek melalui 3f, *fashion, food* maupun hiburan.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, peneliti menyadari masih banyak terdapat kekurangan, diharapkan nantinya dapat mengetahui lebih lanjut tentang dampak jangka panjang *Korean Wave* terhadap identitas

remaja, mengenai peran media sosial dalam membentuk identitas remaja, dan remaja diharapkan menyeimbangkan konsumsi budaya Korea dengan keterlibatan dalam budaya lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, G. K. (2019). Korean Wave (Studi Tentang Pengaruh Budaya Korea Pada Penggemar K-Pop di Semarang). *Skripsi, Semarang : Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro Semarang*, 83.
- Ahmad, M. Y. (2024). Fenomena Korean Wave Pada Kehidupan Mahasiswa di Kota Banda Aceh. *Jurnal Adabiya : Vol. 26 No. 1*, 120-121.
- Akbar, U. H. (2014). *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: :PT Bumi Aksara.
- Alhamid, H. A. (2023). "Nusantara . *Jurnal Pendidikan, Seni, Sains dan Sosial Humanioral* , 1-25.
- Almira, F. S. (2023). Korean Wave : Perkembangan Hingga Dampaknya Terhadap Masyarakat di Kota Jambi 2001-2020. *Skripsi, Jambi : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jambi*, 67.
- Annisa Valentina, R. I. (2013). Gelombang Globalisasi ala Korea Selatan. *Jurnal Pemikiran Sosiologi Vol.2 No.2*, 73.
- Azwar. (2001). Martilokal dan Status Perempuan dalam Tradisi Bajapuk. Galang Pers.
- Bourdieu. (2012). *Arena Produksi Kultural : Sebuah Kajian Sosiologi Budaya*. Bantul : Kreasi Wacana.
- Bourdieu, P. (1992). *Distinction : A Social Critique Of The Judgement Of Taste*. London: Routledge.
- Fashri, F. (2010). *Pierre Bourdieu : Menyingkap Kuasa Simbol*. Yogyakarta : Jalan Sutra.
- Gunawan, A. H. (2010). *Sosiologi Pendidikan, Suatu Analisis tentang Berbagai Problem Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Gustam, R. R. (2015). Karakteristik Media Sosial Dalam Membentuk Budaya populer Korean Pop Di Kalangan Komunitas Samarinda Dan Balikpapan. *Ejournal Ilmu Komunikasi*, No. 3 , 232-233.
- Hadari, N. (1992). *Instrumen Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta : Gajah Mada University Press.
- Hadi, S. (2019). Pemeriksaan Keabsahan data penelitian kualitatif pada skripsi. *Jurnal Ilmu Pendidikan* 22.1 .
- Hermawan, K. (2008). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Gramedia Pustaka.
- Hisyam, C. J. (2024). Habitus Mempengaruhi Gaya Hidup dan Identitas Sosial Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta Menurut Perspektif Bourdieu. *Jurnal Motivasi Pendidikan dan Bahasa Vol.2 No.2*, 80-92.
- Hong, E. (2014). *Korean Cool*. Yogyakarta: Bentang.
- <https://indonesian.korea.net/AboutUs/KOCIS> , *Layanan informasi budaya korea* (KOCIS)
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/0725/kic-mayoritas-indonesia-dengarkan-musik-tonton-drama-korea-hingga-3-jam-per-hari>
- <https://travel.kompas.com/read/2019/04/12/200400327/jumlah-wisatawan-mice-Indonesia-tahun-2018-ke-Korea-meningkat->
- <https://tirto.id/Indonesia-pasar-menggiurkan-bagi-bisnis-budaya-pop-korea-dgq9>
- <https://bakrie.ac.id/articles/736-serunya-belajar-korean-wave-di-komunikasi-lintas-budaya.html>
- <https://kic.katadata.co.id/insights/41/potret-aktivitas-dan-belanja-penggemar-hiburan-korea-di-indonesia>
- <https://www.kapanlagi.com/korea/apa-arti-army-penggemar-bts-ketahui-sejarahfandom-terbesar-k-pop-2ac3cd.html>

<http://www.korea.net/AboutKorea/Culture-and-theArts/Hallyu>, Department Global Communication and Contents Division. Hallyu (Korean Wave): Korea.net: The official website of the Republic of Korea

<https://www.statista.com/statistics/1106704/south-korea-kpop-youtube-views-by-country>.

<https://www.kompasiana.com/onyjamhari/552af7606ea8349d60552cf7/> minat-belajar-bahasa-indonesia-meningkat-di-korea-selatan

Ida, R. (2020). *Budaya Populer Indonesia : Diskursus Global/Lokal dalam Budaya Populer Indonesia*. Surabaya: Airlangga University Press.

Imami Nur Rachmawati. (2014). *Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif, Wawancara*. Jakarta : Kencana.

Istriyani, V. d. (2017). Gelombang Globalisasi ala Korea Selatan. *Jurnal Pemikiran Sosiologi* 2(2), 71-86.

J.Storey. (2006). *Cultural studies dan kajian budaya pop*. Yogyakarta: Jalasutra.

Seong, J. d. (2014). *Era Emas Hubungan Indonesia-Korea : Pertukaran Kultural Melalui Investasi dan Migras*. Jakarta : Penerbit Buku Kompas.

Joang, H. (2005). Reading the Korean Wave as s Sign of Global Shift. *Korea Journal*, vol. 45, no. 4, 167.

Jones, P. (2003). *Pengantar Teori-Teori social : Dari Teori Fungsionalisme Hingga Postmodernisme*. Jakarta: Pustaka Obor.

Kala, F. (2022). Fenomena Korean Wavve Pada Perilaku Konsumsi Remaja (Studi Pada Fandom K-Pop di Kota Tangerang Provinsi Banten. *Skripsi Universitas Lampung Bandar Lampung*.

Keller, K. d. (2012). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12* . Jakarta: Erlangga.

- Kurniasih, L. W. (2023). Pengaruh Fenomena Hallyu (Korean Wave) Terhadap Gaya Hidup Remaja ARMY (Adorable Reresentative M.C. For Youth) Banyuwangi. *Linggih Wais Kurniasih (2023). Pengaruh Fenom Skripsi Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq-Jember*.
- Marinescu, V. (2014). *The Global Impact of South Korean Popular Culture*. United Kingdom : Lexington Books.
- Maryamah, E. (2016). Pengembangan Budaya Sekolah. *Tarbawi*, 87.
- Moleong, L. J. (2000). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muhammad Yunus Ahmad, d. (2024). Fenomena Korean Wave Pada Kehidupan Mahasiswa di Kota Banda Aceh, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. *Jurnal Adabiya*, 120-121.
- Nurudin. (2017). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT RAJA GRAFINDO PERSADA .
- Pudjibudojo, C. V. (2022). Korean wave : Fenomena Budaya Pop KOrea pada Remaja Milenian di Indonesia. *Jurnal Diversita* 8(2), 212-213.
- Rae, K. B. (2015). Post, Present, And Future of Hallyu (Korean Wave). *American International Journal of Contemporary Research*, 154-160.
- Reeves, D. (2004). *Angkot dan Bus Minangkabau: Budaya Pop & Nilai-nilai Budaya Pop / Popular Culture & Popular Values*. Depok: Komunitas Bambu.
- Ritzer, G. &. (2012). *teori sosiologi dari klasik hingga post modern trans*. Yogyakarta : Penciptaan Wacana.
- Rohmanto. (2014). Drama. *Universitas Terbuka*, 11.
- Roro Irene Ayu Chayaning Marchellia, C. S. (2022). Peranan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Remaja Penggemar K-Pop. *Jurnal Riset Komunikasi*, 68.

Sarajwati, M. K. (2020). Fenomena Korean Wave di Indonesia. *Journal published by egsaugm*.

Selamet, Y. (2012). *Modal Sosial dan Kemiskinan : Tinjauan Teoritik dan Kajian di Kalangan Penduduk Miskin di Perkotaan*. Surakarta : UNS Press.

Simanjuntak, F. (2022). Studi Tentang Dampak Korean Wave Dalam Gaya Hidup Mahasiswa Universitas Riau. *Journal of Science and Education Research. Vol 1, No 2*.

Steinberg. (2013). *Tenth Edition : Adolescence (Tenth Edit)*. McGraw : Hill Education.

Sugiyono. (2014). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Winger, E. M. (2002). *A Guide To Managing Knowledge Cultivating Communities Of Practice*. Boston : MA Harvard University.

Zamroni. (2003). *Paradigma Pendidikan Masa depan*. Yogyakarta: Bigrafi Publishing.

Data penelitian diakses pada tanggal 01 Juni 2025

Data penelitian diakses pada tanggal 30 Mei 2025

Data wawancara informan Viki diambil pada tanggal 27 Mei 2025

Data wawancara informan Dilla diambil pada tanggal 14 Mei 2025

Data wawancara informan Elsa diambil pada tanggal 20 Mei 2025

Data wawancara informan Nessi diambil pada tanggal 23 Mei 2025

Data wawancara informan Annisa diambil pada tanggal 29 Mei 2025

Data penelitian diakses pada tanggal 31 Mei 2025

Data dokumentasi diakses pada tanggal 12 Mei 2025

Data wawancara informan Elsa pada tanggal 20 Mei 2025

Data wawancara informan Dilla diambil pada tanggal 14 Mei 2025

Data wawancara informan Viki diambil pada tanggal 27 Mei 2025

Data wawancara informan Nessi diambil pada tanggal 23 Mei 2025

Data wawancara informan aprilia pada tanggal 22 Mei 2025

Data wawancara informan Annisa diambil pada tanggal 29 Mei 2025

Data wawancara informan Nessi diambil pada tanggal 23 Mei 2025

Data wawancara informan aprilia pada tanggal 22 Mei 2025

Data wawancara informan Annisa diambil pada tanggal 29 Mei 2025

Data wawancara informan Nessi diambil pada tanggal 23 Mei 2025

Data wawancara informan Annisa diambil pada tanggal 29 Mei 2025

Data wawancara informan aprilia pada tanggal 22 Mei 2025

Data penelitian diakses pada tanggal 31 Mei 2025

Data wawancara informan Elsa pada tanggal 20 Mei 2025

Data wawancara informan Annisa diambil pada tanggal 29 Mei 2025

Data wawancara informan Annisa diambil pada tanggal 29 Mei 2025

Data wawancara informan Annisa diambil pada tanggal 29 Mei 2025

Data wawancara informan aprilia pada tanggal 22 Mei 2025

Data wawancara informan Elsa pada tanggal 20 Mei 2025

Data wawancara informan Dilla diambil pada tanggal 14 Mei 2025

Data wawancara informan Nessi diambil pada tanggal 23 Mei 2025

Data wawancara informan Annisa diambil pada tanggal 29 Mei 2025

L

A

M

P

I

R

A

N

Pedoman Wawancara

1. Disini apa benar anda sebagai salah satu bagian dari komunitas penggemar ARMY ?
2. Sejak kapan mulai mengenal Korea dan tergabung dalam komunitas ARMY ?
3. Apa media sosial Instagram membantu anda untuk mengenal Korean Wave ?
4. Apa yang membuat anda mengenal Korean Wave ?
5. Apa saja elemen-elemen budaya Korea yang ikut menjadi kebiasaan atau habit anda sehari-hari ?
6. Apakah anda tertarik untuk ikut membeli produk ataupun barang yang berasal dari Korea Selatan ?
7. Bagaimana pendapat anda akan event dan perayaan ulang tahun yang mengatasnamakan idolanya dan apakah pernah ikut tergabung dalam kegiatan tersebut ?
8. Apakah dengan mengenal budaya Korea beberapa elemen budaya ikut menjadi kebiasaan dan memberi pengaruh ke keseharian anda ?



KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
Nomor: 751 Tahun 2024

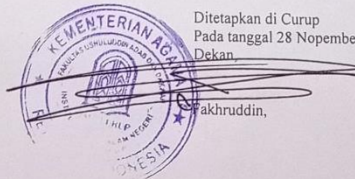
Tentang
PENUNJUKAN PEMBIMBING I DAN PEMBIMBING II DALAM PENULISAN SKRIPSI
DEKAN FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP

- Menimbang : a. bahwa untuk kelancaran penulisan skripsi mahasiswa perlu ditunjuk Dosen Pembimbing I dan II yang bertanggung jawab dalam penyelesaian penulisan yang dimaksud;
- b. bahwa saudara yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang cakap dan mampu serta memenuhi syarat untuk diserahi tugas tersebut;
- Mengingat : 1. Undang – undang Nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional
2. Peraturan Presiden RI Nomor 24 Tahun 2018 tentang Institut Agama Islam Negeri Curup;
3. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 2 Tahun 2019 tentang STATUTA Institut Agama Islam Negeri Curup;
4. Peraturan Menteri Agama Nomor 28 Tahun 2022 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Curup;
5. Keputusan Menteri Pendidikan Nasional RI Nomor 184/U/2001 Tentang Pedoman Pengawasan Pengendalian dan Pembinaan Program Diploma, Sarjana dan Pascasarjana di Perguruan Tinggi
6. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 019558/B.II/3/2022 tanggal 18 April 2022 Tentang Pengangkatan Rektor IAIN Curup Periode 2022-2026;
7. Keputusan Rektor IAIN Curup Nomor : 0700/In.34/2/KP.07.6/09/2023 tanggal 29 September 2023 tentang Pengangkatan Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Curup;
- Memperhatikan : Berita acara seminar proposal Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam tanggal 11 Juli 2024

MEMUTUSKAN :

- Menetapkan
Pertama : Keputusan Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab Dan Dakwah
Menunjuk Saudara :
1. Anrial, MA : 198101032023211021
2. Intan Kurnia Syaputri, M.A : 19920831 202012 2 001
- Dosen Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup masing-masing sebagai Pembimbing I dan Pembimbing II dalam penulisan skripsi mahasiswa :
- N a m a : MSY. Septia Khairunisah
- N I M : 21521027
- Judul Skripsi : Gaya Hidup Korean Wave Pada Remaja (Studi Fenomenologi Penggemar Korea Komunitas Army (Adorable Representative M.C. For Youth) Di Instagram
- Kedua : Proses bimbingan dilakukan sebanyak 8 kali pembimbing I dan 8 kali pembimbing II dibuktikan dengan kartu bimbingan skripsi ;
- Ketiga : Pembimbing I bertugas membimbing dan mengarahkan hal-hal yang berkaitan dengan substansi dan kontens skripsi. Untuk pembimbing II bertugas dan mengarahkan dalam penggunaan bahasa dan metodologi penulisan;
- Keempat : Kepada masing-masing pembimbing diberi honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;
- Kelima : Surat keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya;
- Keenam : Surat keputusan ini berlaku sejak ditetapkan dan berakhir setelah skripsi tersebut dinyatakan sah oleh IAIN Curup atau masa bimbingan telah mencapai 1 tahun sejak SK ini ditetapkan;
- Ketujuh : Apabila terdapat kekeliruan dalam surat keputusan ini, akan diperbaiki sebagaimana mestinya sesuai peraturan yang berlaku;

Ditetapkan di Curup
Pada tanggal 28 Nopember 2024
Dekan,



Tembusan :

1. Bendahara IAIN Curup;
2. Kasubbag FUAD IAIN Curup;
3. Dosen Pembimbing I dan II;
4. Prodi yang Bersangkutan/
5. Layanan Akademik
6. Mahasiswa yang bersangkutan.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
Jalan Dr. A.K. Gani No. 1 Kotak Pos 108 Curup-Bengkulu Telp. (0732) 21010-7003044
Fax. (0732) 21010 Homepage <http://www.iaincurup.ac.id> E-mail: -

Nomor : 107 /In.34/FU/PP.00.9/02/2025
Sifat : Penting
Lampiran : Proposal dan Instrumen
Perihal : **Surat Keterangan Izin Penelitian**
(Studi Pustaka)

19 Februari 2025

Dengan ini Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah menerangkan bahwa mahasiswa dibawah ini benar melakukan penelitian, atas nama:

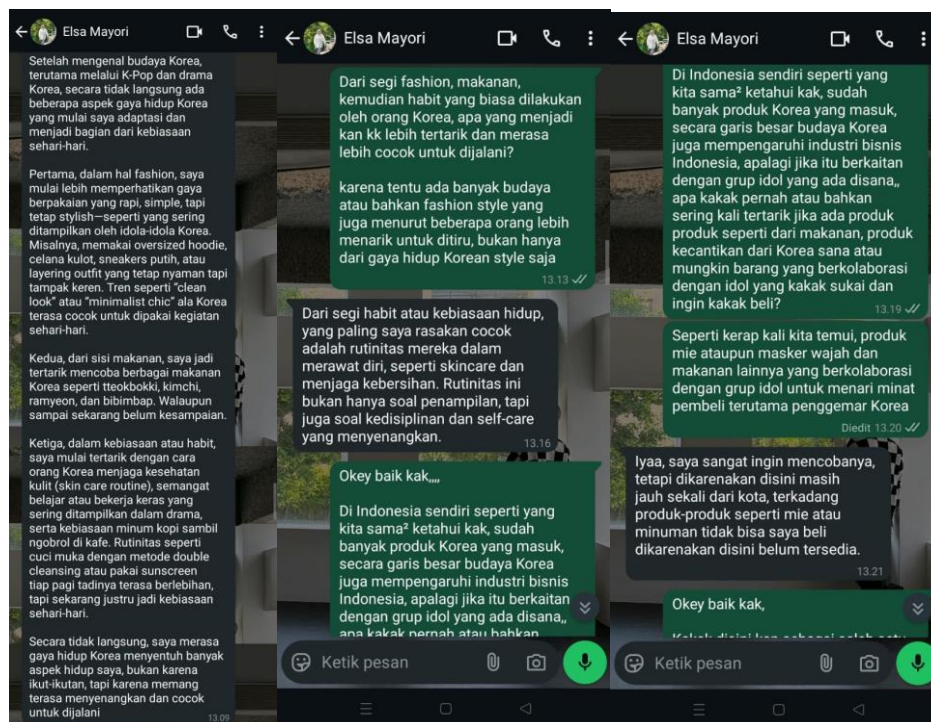
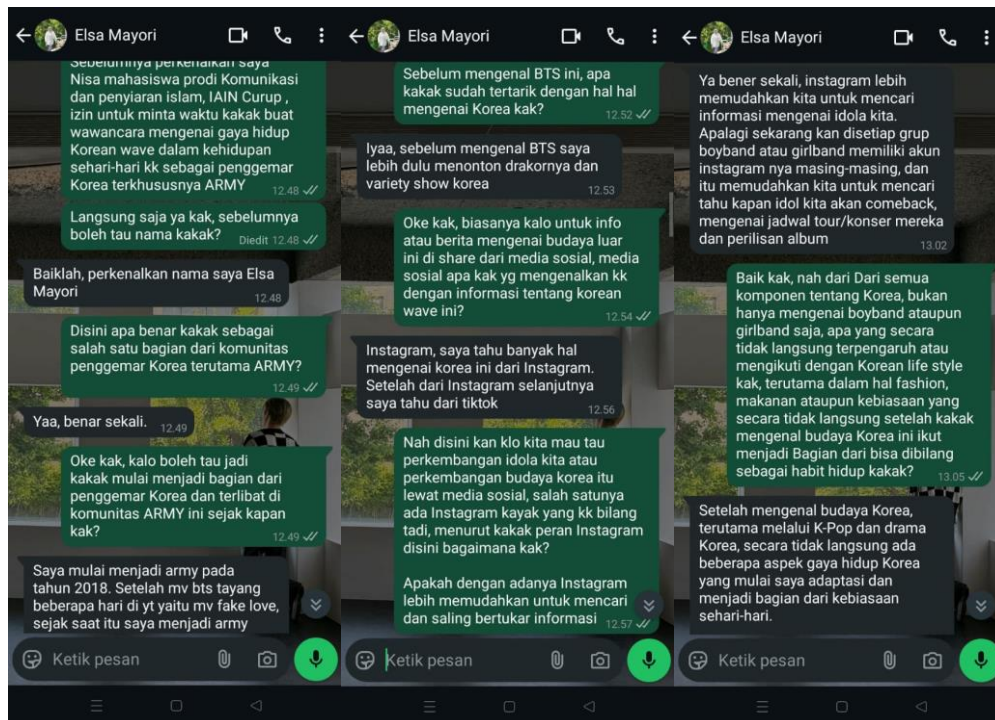
Nama : Msy. Septia Khairunisah
NIM : 21521027
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Skripsi : Gaya Hidup Korean Wave Pada Remaja (Studi Fenomenologi Penggemar Korea Komunitas Adorable Representative M.C For Youth (Army) Di Instagram
Waktu Penelitian : 19 Februari 2025 s.d 19 Mei 2025
Jenis Penelitian : Library Research
Tempat Penelitian : -

Demikian surat ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

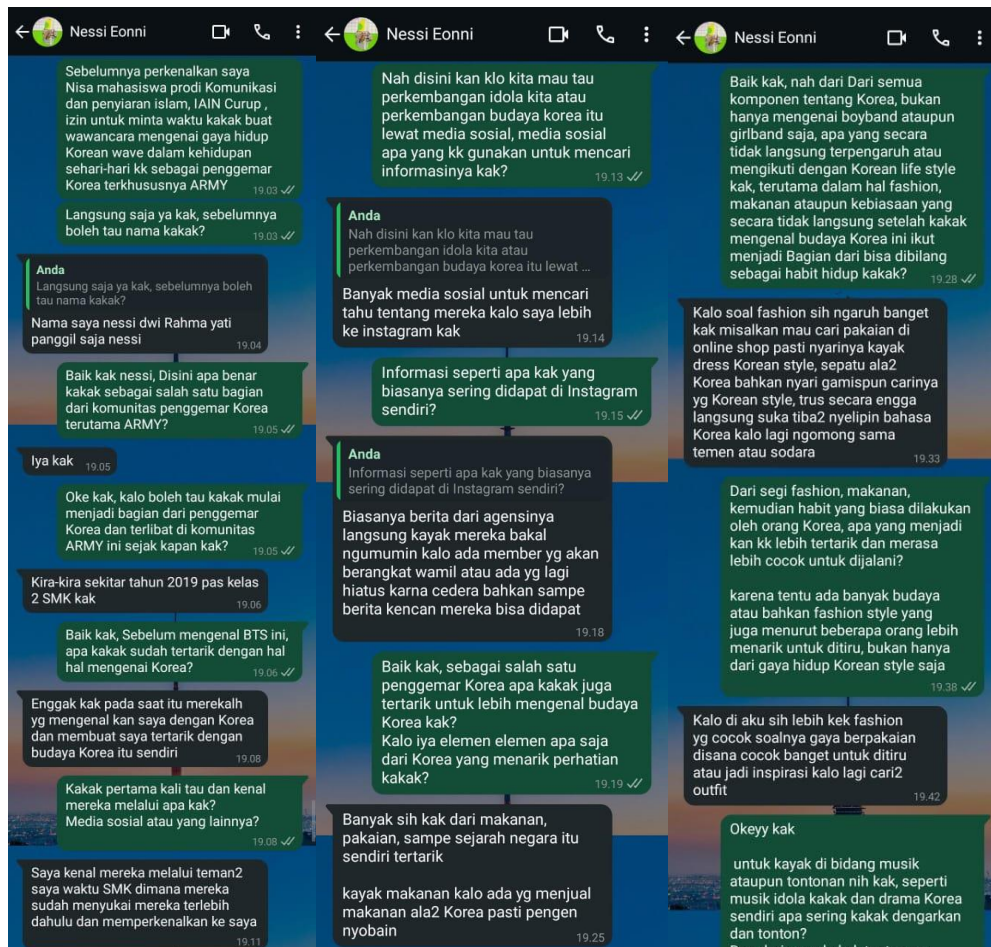
Curup, 19 Februari 2025
Dekan

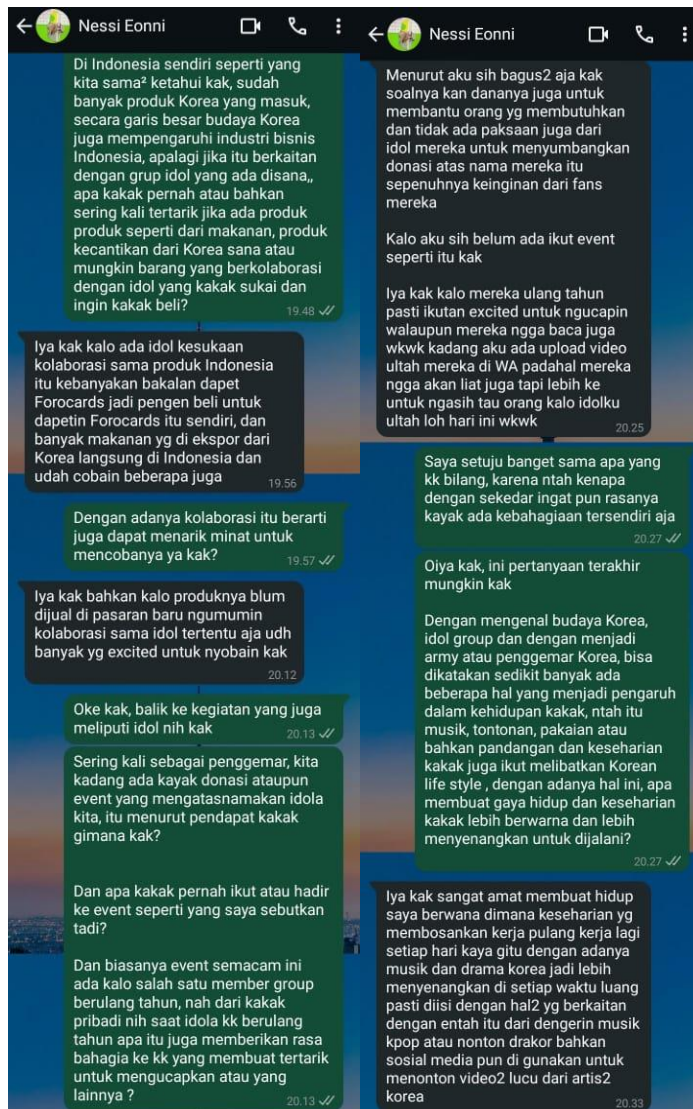
Dr. Fakhruddin, M.Pd.I
NIP 19750112 200604 1 009

Wawancara Informan Pertama : Elsa



Wawancara Informan Kedua : Nessi



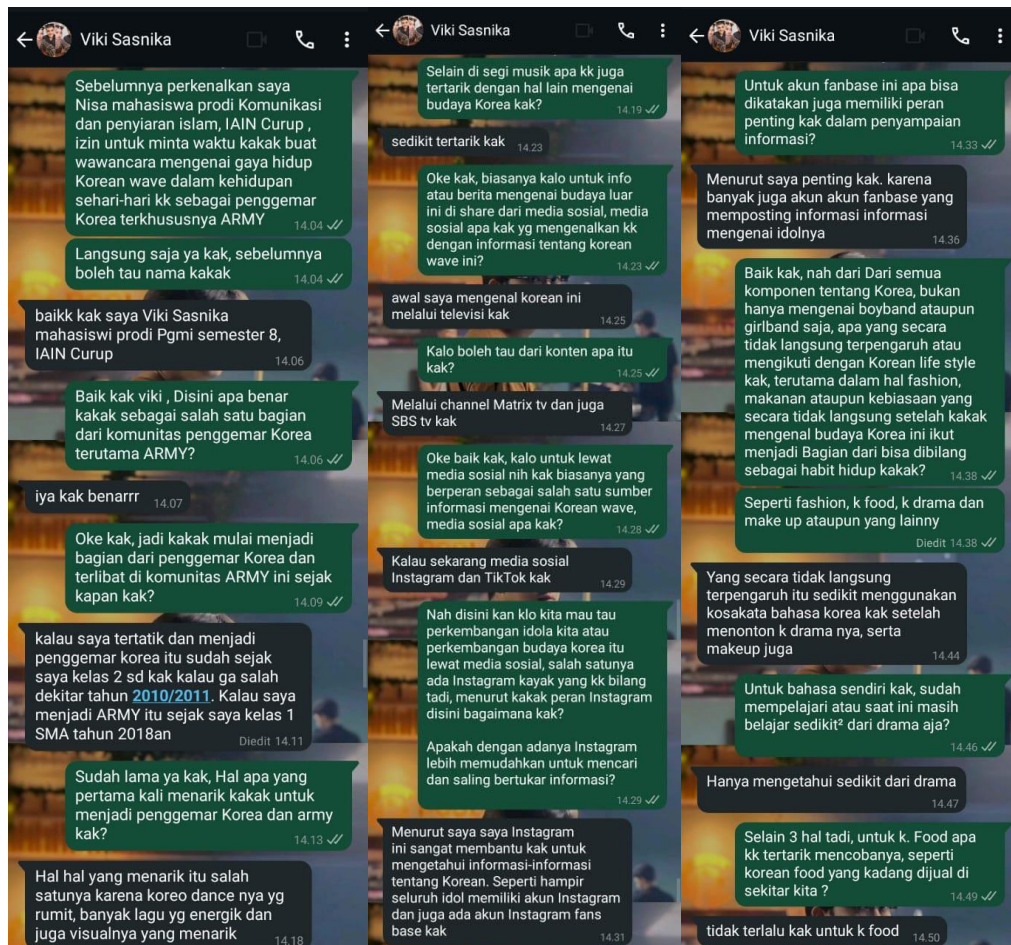


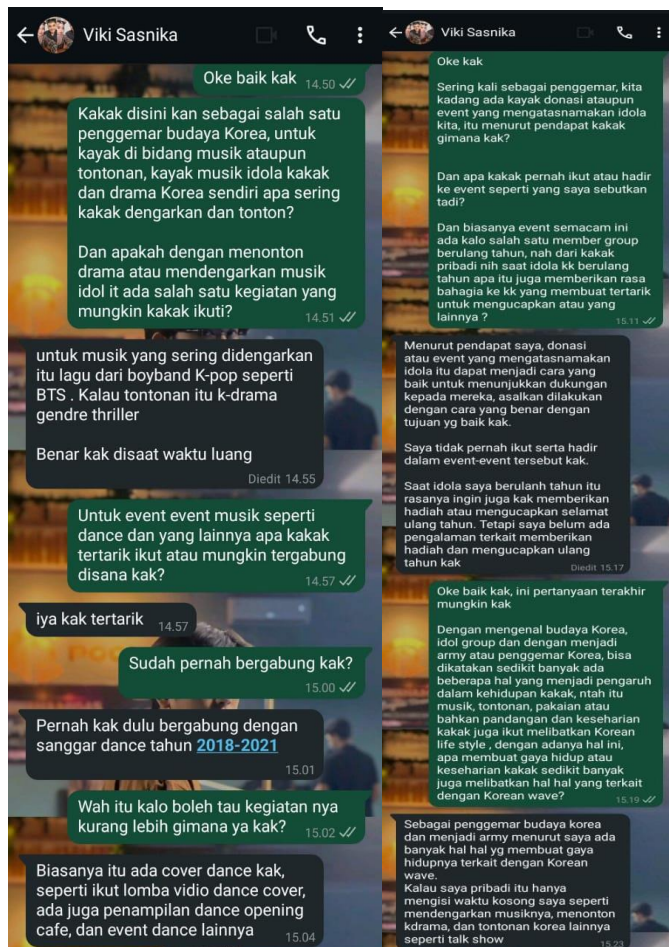
Wawancara Informan Ketiga : Aprilia



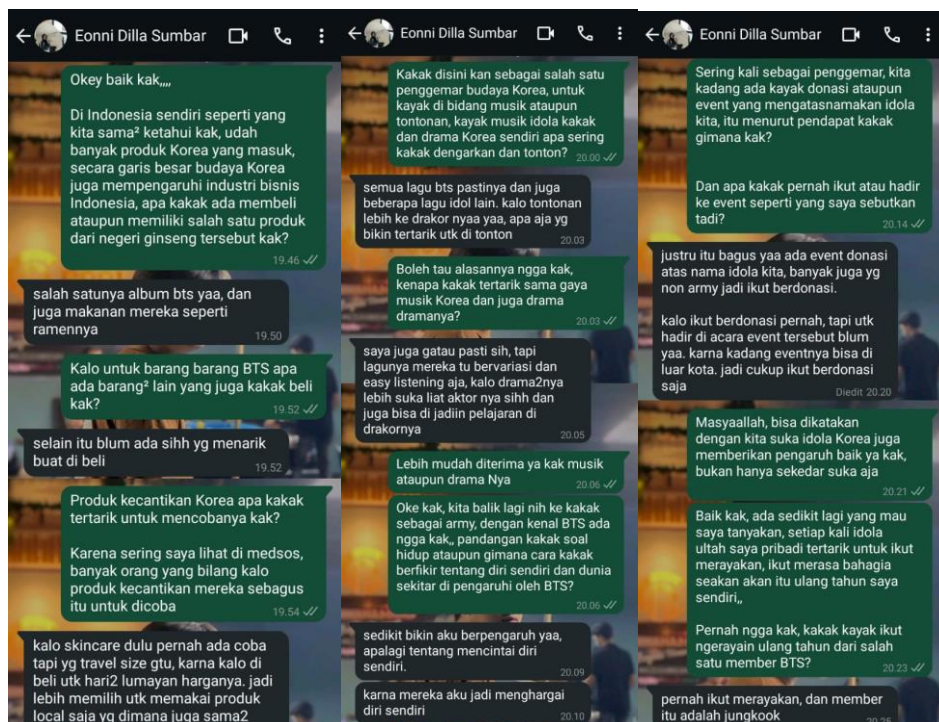
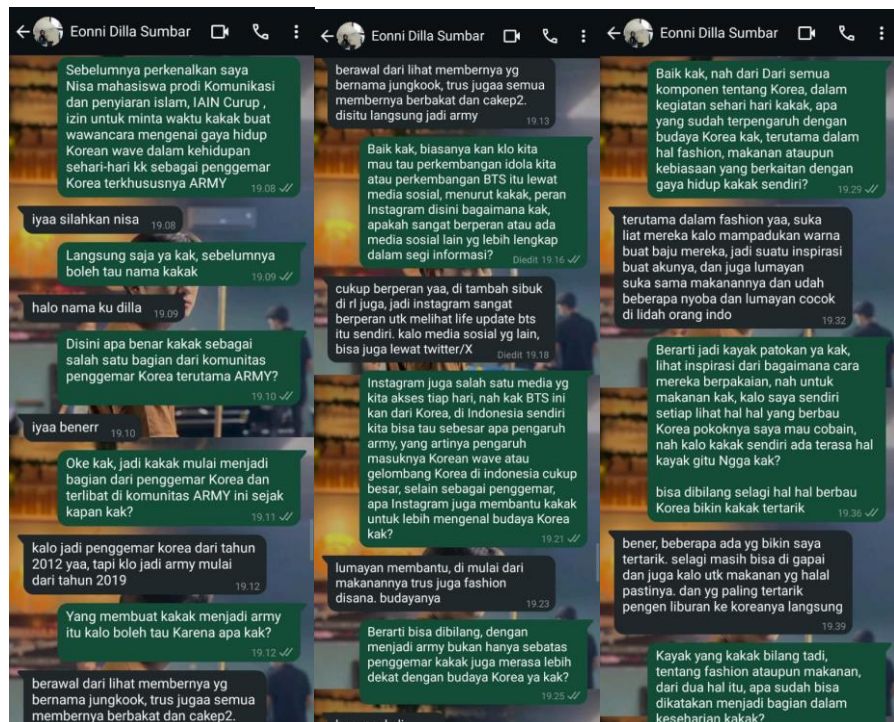


Wawancara Informan Keempat : Viki

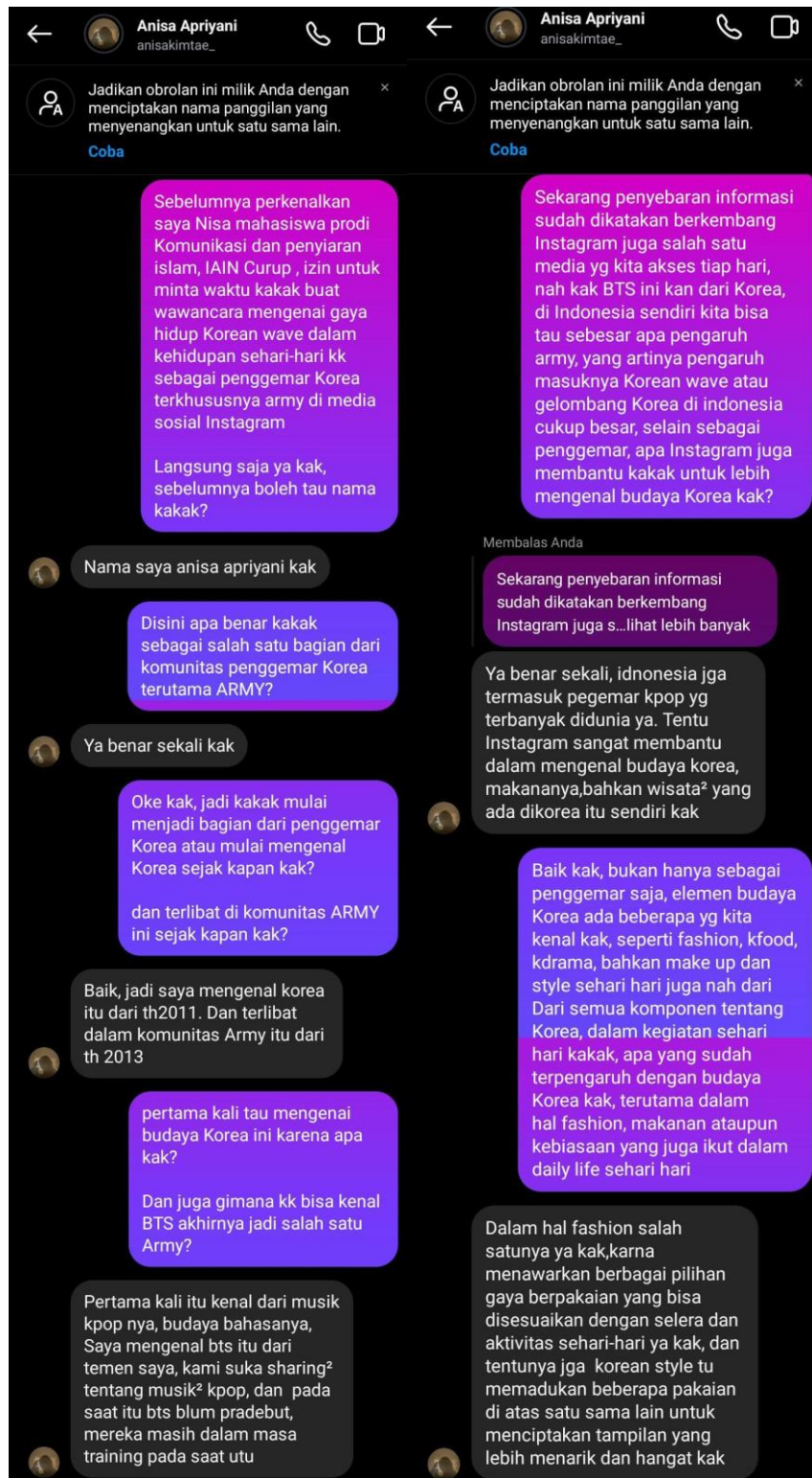


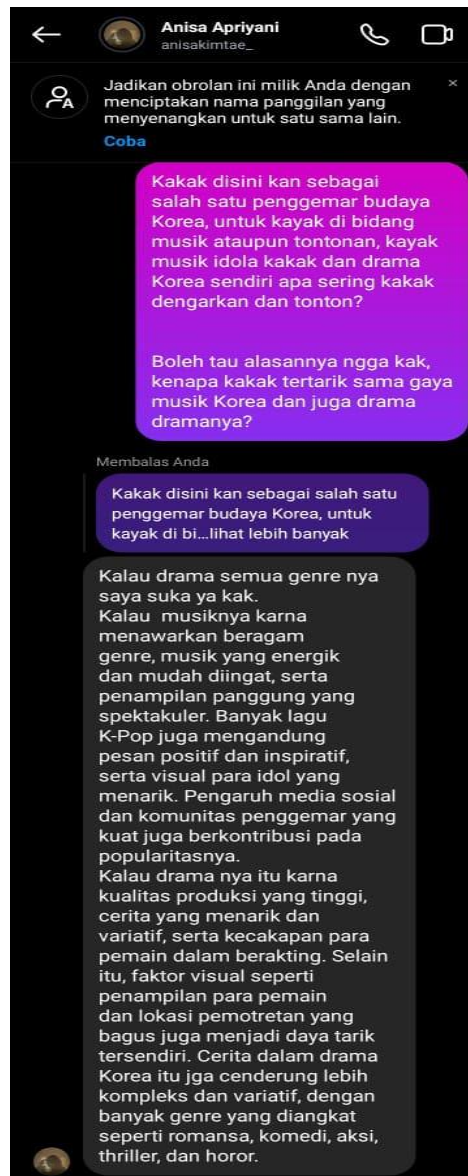
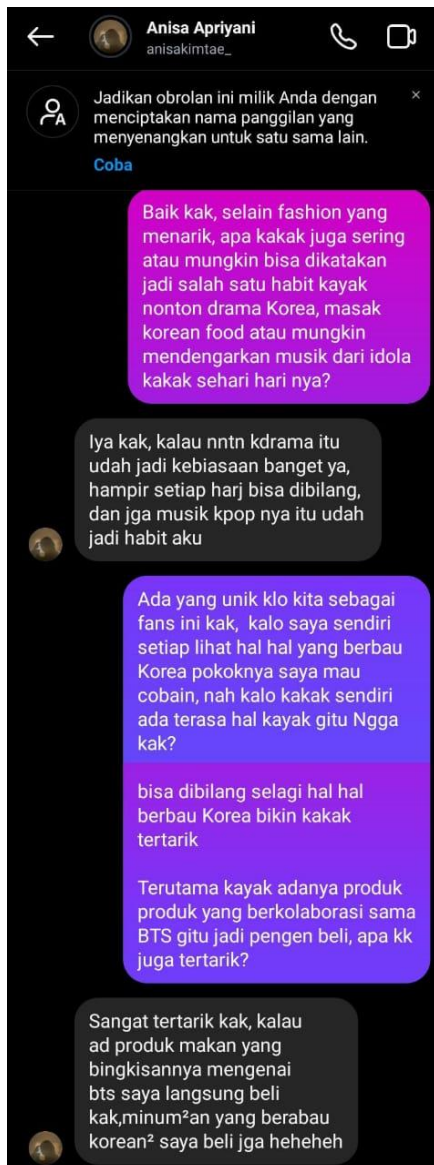


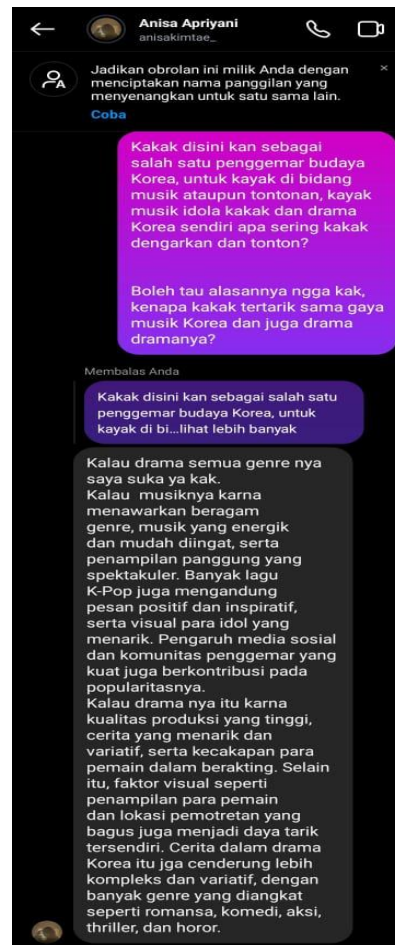
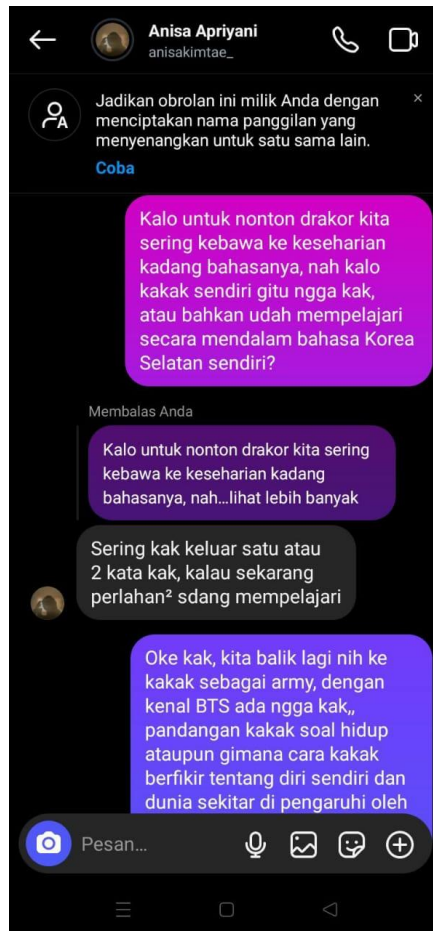
Wawancara Informan Kelima : Dilla



Wawancara Informan Keenam : Annisa







BIODATA PENULIS



MSY. Septia Khairunisah adalah nama penulis skripsi ini. Penulis lahir dari orang tua yang bernama MGS. Halim dan Patimatul Sakdia sebagai anak kedua dari empat bersaudara. Penulis dilahirkan di Kota Curup, Kelurahan air bang , kecamatan Curup Tengah, Provinsi Bengkulu pada tanggal 28 September 2003.

Penulis menempuh pendidikan mulai dari SDN 09 Rejang Lebong pada tahun 2009, kemudian melanjutkan ke SMPN 03 Rejang Lebong pada tahun 2017, dan pada tahun 2019 melanjutkan pendidikan di SMK Negeri 02 Rejang Lebong. Hingga akhirnya bisa menempuh jenjang kuliah di Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri Curup. Penulis juga pernah tergabung menjadi salah satu Penerima beasiswa Generasi Baru Indonesia Provinsi Bengkulu (GenBI) Komisariat IAIN Curup. Dengan niat serta ketekunan yang tinggi untuk terus belajar dan bisa berkembang, penulis akhirnya bisa menyelesaikan tugas yaitu Skripsi ini. Semoga dengan penulisan Skripsi ini mampu memberikan kontribusi positif bagi dunia pendidikan. Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-sebesaranya atas terselesaikannya skripsi yang berjudul “Gaya Hidup Korean Wave Pada Remaja (Studi Fenomenologi Penggemar Korea Komunitas Adorable Representative M.C For Youth (ARMY) Di Instagram).

