

FENOMENA BUDAYA KOREA POP PADA MAHASISWA UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

The Phenomenon of Korean Pop Culture among Students of Universitas Satya Negara Indonesia

Helen Olivia dan Karina Nur Eka Hapsari

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Satya Negara Indonesia

*Email: julievictor583@gmail.com

Abstract: *Korean pop culture has been openly received by Indonesian youth and is popular among students of Universitas Satya Negara Indonesia (USNI). This study aims to explain how USNI students experience and interpret Korean pop culture and the lifestyle changes associated with it. The study employs a descriptive qualitative approach using Edmund Husserl's phenomenological method. Data were collected through observation, interviews, questionnaires, and documentation, then interpreted through the participants' conscious experiences. The findings show that Korean pop culture introduces a new form of popular culture to USNI students. Interest in Korean music, fashion, food, language, and idols encourages changes in preferences and lifestyles. Peer environments and social media are important channels for introducing and reinforcing this interest.*

Keywords: Popular culture; Korean pop; Phenomenology; Lifestyle; USNI students

Abstrak: Masuknya budaya Korea pop diterima secara terbuka oleh generasi muda Indonesia dan digemari oleh mahasiswa Universitas Satya Negara Indonesia (USNI). Penelitian ini bertujuan menjelaskan pengalaman mahasiswa USNI dalam memaknai budaya Korea pop serta perubahan gaya hidup yang menyertainya. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode fenomenologi Edmund Husserl. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi, lalu ditafsirkan berdasarkan pengalaman sadar informan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya Korea pop memperkenalkan bentuk budaya populer baru kepada mahasiswa USNI. Ketertarikan terhadap musik, mode, kuliner, bahasa, dan figur idola Korea mendorong perubahan preferensi dan gaya hidup. Lingkungan pertemanan dan media sosial menjadi saluran penting dalam pengenalan dan penguatan kegemaran tersebut.

Kata Kunci: Budaya populer; Korea pop; Fenomenologi; Gaya hidup; Mahasiswa USNI

1. Pendahuluan

Munculnya Korean Wave dengan berbagai atribut budaya Korea tersebut menunjukkan betapa besarnya hegemoni Korean Wave yang telah berhasil menyihir dan menghipnotis masyarakat khususnya generasi muda untuk tenggelam dalam budaya Korea. Korean Wave pun memiliki pengaruh yang besar dalam terjadinya degradasi atau penurunan jati diri generasi muda Indonesia dikarenakan Korean Wave mampu mempengaruhi pola hidup maupun cara berpikir masyarakat yang dipengaruhi kekuatan budaya Korea terlebih didukung keberadaan publik figur Korea. Peran idola yang diidolakan menjadi sangat penting bagi para pencinta Korea untuk mau mengkonsumsi, mengikuti hingga mengadopsi budaya Korea pada kehidupan mereka. Idola Korea dibuat sangat menarik terutama pada penampilan fisik mereka, disamping bakat-bakat yang dimiliki hingga kemudian berhasil mempengaruhi pada setiap kehidupan para penggemar Korea yang ada Indonesia (Academia.edu, 2018).

Berkembangnya budaya Korea di Indonesia merupakan perwujudan globalisasi dalam dimensi komunikasi dan budaya. Globalisasi dalam dimensi ini terjadi karena adanya proses mengkreasikan, menggandakan, menekankan, dan mengintensifikan pertukaran serta kebergantungan informasi dalam dunia hiburan, dalam hal ini adalah dunia hiburan Korea. Ketergantungan ini masih dalam dimensi konkret. Meskipun demikian, jika Korean Wave ini tidak disertai dengan apresiasi terhadap kebudayaan nasional, maka dikhawatirkan eksistensi kebudayaan nasional bergeser nilainya menjadi budaya marginal (pinggiran). Apalagi persentase terbesar penerima Korean Wave di Indonesia adalah remaja. Padahal remaja merupakan tonggak pembangunan nasional.

Pola gaya remaja yang meniru gaya dalam budaya Korea membuat para remaja menjadi korban mode, para remaja membeli apa saja yang dilihat dalam budaya Korea serta apa yang digunakan idola mereka, hal ini berdampak kepada pola gaya hidup remaja. Contohnya gaya berpakaian dalam budaya Korea di mana sering menggunakan coat, sehingga banyak sekali remaja yang menggunakan coat yang sering digunakan di negara Korea.

Budaya baru tersebut telah merasuki masyarakat dari berbagai kalangan terutama remaja yang kemudian mereka sudah banyak yang melupakan budaya asli negaranya, dan lebih memilih budaya baru tersebut. Diantaranya adalah maraknya budaya Korea yang saat ini menjamur di Negara Indonesia yang membuat budaya asli Indonesia semakin terkikis dan bahkan kemungkinan bisa ditinggalkan oleh masyarakat Indonesia itu sendiri, karena budaya asli tersebut dianggap budaya kuno yang ketinggalan zaman. Bahkan banyak masyarakat yang enggan melestarikan dan mempelajari budaya asli Indonesia, yang seharusnya budaya tersebut dilestarikan karena termasuk aset bangsa Indonesia.

Pada awalnya kajian tentang budaya populer tidak terlepas dari peran Amerika Serikat dalam memproduksi dan menyebarkan budaya populer, antara lain melalui televisi, McDonald, Hollywood, dan industri animasi mereka, seperti Walt Disney dan Looney Tunes. Namun perkembangan selanjutnya memunculkan negara-negara lain yang juga berhasil

menjadi pusat budaya populer seperti Jepang, Hongkong, dan kini Korea Selatan.

Budaya populer sendiri merupakan efek dari globalisasi. Globalisasi merupakan fenomena khusus yang bergerak terus dalam masyarakat global dan merupakan bagian dari proses manusia global itu sendiri. Globalisasi meleburkan budaya barat dan budaya timur menjadi satu dan tidak akan pernah terpisah. Hal ini yang memudahkan Korea sebagai budaya populer lebih cepat dan mudah menyebar ke seluruh dunia.

Pada mahasiswa FISIP USNI, Korean Wave tampak dalam perubahan cara berpakaian, model rambut, penggunaan ungkapan bahasa Korea, serta ketertarikan pada berbagai produk budaya Korea. Internet dan media sosial menjadi akses utama untuk mengikuti perkembangan idola, musik, dan mode Korea.

Rasa fanatik mahasiswa FISIP USNI akan budaya K-pop dapat dilihat dari semakin aktifnya menggunakan internet karena internet salah satu akses mereka dalam mengetahui perkembangan idola mereka. Mahasiswa FISIP USNI yang menyukai budaya K-pop tidak hanya mengikuti modenya saja, melainkan mereka juga senang membawakan ulang lagunya, membawakan ulang tariannya (dance cover), dan mengikuti acara-acara yang berbau dengan Korea. Mahasiswa USNI yang mengikuti berbagai kegiatan yang berbau dengan budaya Korea seperti halnya mengikuti dance cover, dance cover tersebut merupakan tarian dari girlband dan boyband asal Korea yang kemudian ditiru gerakannya oleh beberapa remaja yang mengidolakan girlband dan boyband tersebut. Selain membawakan ulang dance mahasiswa FISIP USNI juga membawakan ulang lagu-lagu yang dibawakan oleh artis-artis Korea.

Pola gaya mahasiswa FISIP USNI yang meniru gaya budaya Korea ini membuat mahasiswa FISIP USNI menjadi korban mode. Dari korban mode itu membuat mahasiswa FISIP USNI membeli apa saja yang dilihat dalam budaya Korea tersebut agar dapat terlihat seperti tokoh yang diidolakannya. Perilaku tersebut membuat mahasiswa FISIP USNI cenderung hanya meniru apa yang mereka lihat sehingga muncul perilaku imitasi terhadap remaja yang meniru gaya budaya Korea.

Aktivitas K-pop yang mahasiswa FISIP USNI lakukan disadari oleh keinginan mereka sendiri akan perasaan puas yang timbul setelahnya. Pengekspresian K-pop sendiri sudah menjadi aktivitas yang tak bisa dihindari dalam kehidupan sehari-hari, bahkan apabila penggemar tersebut sudah berada pada taraf fanatik maka apabila dalam satu hari tidak mendengarkan, menonton, atau mengonsumsi hal-hal yang berkaitan dengan K-pop terasa ada yang kurang.

Kecintaan terhadap idolanya membuat mahasiswa FISIP USNI tidak segan-segan untuk menghabiskan waktu dan biaya yang tidak sedikit bagi kegiatan kegemaran mereka bersama para penggemar lainnya. Aktivitas yang mahasiswa FISIP USNI lakukan lebih berbicara mengenai kenikmatan yang dicapai sebagai pelampiasan akan hasrat perasaan rindu yang terpendam terhadap sang idola.

Para mahasiswa FISIP USNI yang menggemari K-pop mempunyai cara sendiri dalam menunjukkan pada masyarakat jika identitas mereka sebagai penggemar K-pop. Mereka menunjukkan simbol-simbol khusus, baik dari gaya, gerak-gerik, bahasa yang digunakan dan sebagainya untuk dapat menunjukkan bahwa mereka adalah penggemar K-pop.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini membahas bagaimana mahasiswa USNI mengalami dan memaknai fenomena budaya Korea pop serta perubahan gaya hidup yang menyertainya.

2. Kajian Literatur

2.1. Fenomenologi Edmund Husserl

Teori yang digunakan untuk menjelaskan penelitian ini adalah teori fenomenologi. Menurut Littlejohn dan Foss istilah *phenomenology* mengacu pada sebuah benda, kejadian atau kondisi yang dilihat. Oleh karena itu, fenomenologi merupakan cara yang digunakan manusia untuk memahami dunia melalui pengalaman langsung.

Bagi kebanyakan pemikiran fenomenologis, proses interpretasi penting. Interpretasi terkadang dikenal dalam bahasa Jerman dengan *Verstehen* (pemahaman), merupakan proses menentukan makna dengan pengalaman. Dalam tradisi semiotika, interpretasi dianggap terpisah dari realitas tetapi dalam fenomenologi, interpretasi biasanya membentuk apa yang nyata bagi seseorang. Anda tidak dapat memisahkan realitas dari interpretasi. Interpretasi merupakan proses aktif dan tindakan kreatif dalam mengklarifikasi pengalaman pribadi. Dalam tradisi fenomenologi klasik. Fenomenologi klasik biasanya dihubungkan dengan Edmund Husserl, pendiri fenomenologi modern.

Husserl mengatakan bahwa kebenaran dapat diyakinkan melalui pengalaman langsung dengan catatan kita harus disiplin dalam mengalami segala sesuatu. Pendekatan Husserl dalam fenomenologis sangat objektif dunia dapat dialami tanpa harus membawa kategori pribadi seseorang agar terpusat pada proses. Kedua, fenomenologi persepsi. Baginya lagi, segala sesuatu tidak ada dengan sendirinya dan terpisah dari bagaimana semuanya diketahui. Agaknya, manusia memberikan makna pada benda-benda di dunia sehingga pengalaman-pengalaman fenomenologis apa pun tentunya subjektif. Jadi, terdapat dialog antara manusia sebagai penafsiran dan benda yang mereka tafsirkan. Pendekatan fenomenologi merupakan tradisi penelitian kualitatif yang berakar pada filosofi dan psikologi, dan berfokus pada internal dan pengalaman sadar seseorang. Pendekatan fenomenologis untuk mempelajari kepribadian dipusatkan pada pengalaman individual pandangannya pribadi terhadap dunia (Adian (2010) 2010:57).

Fenomenologi dalam Kajian Budaya Pendekatan ini lebih menekankan rasionalisme dan realitas budaya yang ada, hal ini sejalan dengan penelitian. etnografi yang menitikberatkan pandangan warga setempat. Realitas dipandang lebih penting dan dominan dibanding teori-teori semata. Dalam penelitian budaya, perkembangan pendekatan fenomenologi tidak dipengaruhi secara langsung oleh filsafat fenomenologi, tetapi oleh perkembangan dalam pendefinisian konsep kebudayaan.

2.2. Komunikasi Antarbudaya

Budaya mempengaruhi komunikasi dan pada gilirannya komunikasi turut menentukan, menciptakan dan memelihara realitas budaya dan sebuah komunitas/kelompok budaya. Menurut Liliweri komunikasi antarbudaya adalah komunikasi antara dua orang/lebih yang berbeda latar belakang kebudayaan. Pada hakekatnya proses komunikasi antarbudaya sama dengan proses komunikasi lain, yakni suatu proses interaktif dan transaksional serta dinamis. Itu artinya baik komunikasi interaktif maupun transaksional mengalami proses yang bersifat dinamis, karena proses tersebut berlangsung dalam konteks sosial yang hidup berkembang bahkan berubah-ubah berdasarkan waktu, situasi dan kondisi tertentu. Karena komunikasi yang dilakukan merupakan komunikasi antarbudaya, maka kebudayaan merupakan dinamisor atau “penghidupan” bagi proses komunikasi tersebut.

Supaya komunikasi dalam interaksi antarbudaya berlangsung dengan baik, pelaku komunikasi harus bergantung pada bahasa yang sama, yang biasanya berarti bahwa satu atau lebih individu tidak akan menggunakan bahasa ibu mereka. Orang yang menggunakan bahasa lain akan sering memiliki aksen atau menyalahgunakan kata atau frase yang dapat berpengaruh pada baik buruknya pemahaman penerima pesan (Samovar. 2012:10)

2.3. Budaya Populer dan K-pop

Budaya populer atau budaya pop adalah budaya massa yang diproduksi massa untuk konsumsi massa. Budaya populer adalah tentang bentuk-bentuk perilaku sosial dan bagaimana item-item produksi massa digunakan (Burton 2012:39).

Danesi mengatakan budaya populer “budaya populer secara khusus mengarah kepada pembentukan budaya yang membuat (apabila ada) sedikit perbedaan budaya yakni nontradisional”. Ketika budaya populer telah menjadi realita sosial, budaya ini mengubah gaya hidup dan selera orang-orang yang berbeda, dan pada akhirnya menyatukan negara dengan cara yang merakyat. Kemunculan budaya populer sebagai bentuk standar dari budaya pada masa itu secara keseluruhan, merupakan kemakmuran ekonomi pasca perang dan fenomena yang terus terjadi, yang membuat orang-orang memiliki daya beli tanpa memandang kelas atau latar ekonominya, yang kemudian menggerakkan mereka untuk menjadi pembentuk tren mode, musik, dan gaya hidup (Danesi 2012:2).

Korean pop atau biasa disebut K-pop (Musik pop Korea), merupakan jenis musik populer yang berasal dari Korea Selatan di mana K-pop pertama kali muncul tahun 1930 akibat masuknya musik pop Jepang yang memengaruhi unsur-unsur musik pop di Korea. Musik K-pop merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari Demam Korea (Korean Wave atau Hallyu) di berbagai belahan dunia. Banyak artis ataupun kelompok musik K-pop yang saat ini sudah terkenal. (Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2018).

K-pop berhasil membentuk konstruksi citra, seksualitas, femininitas, maskulinitas dan moralitas yang baru pada masyarakat. Dengan kata lain, masyarakat dinyatakan cenderung dapat mengetahui dan mengidentifikasi nilai budaya yang dibawa oleh Korean wave tersebut melalui produk-produk yang beredar. Penggemar K-pop pada akhirnya mencari tahu dan belajar banyak tentang budaya Korea secara lebih luas lagi.

“Korean Wave” menjadi sebuah fenomena budaya baru atau pop culture yang tersebar luas di dunia. Hallyu mengacu pada kecintaan terhadap produk-produk budaya Korea Selatan. Produk budaya ini mencakup segala hal mengenai Korea Selatan mulai dari film, drama, musik, makanan dan tren mode. Fenomena Korean Wave ini diciptakan oleh negara Korea Selatan itu sendiri, terutama dalam industri kebudayaan dan menyebar seiring dengan derasnyanya arus globalisasi dunia.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode fenomenologi Edmund Husserl. Fenomenologi digunakan untuk memahami pengalaman sadar mahasiswa USNI ketika mengenal, menggemari, dan mengekspresikan budaya Korea pop.

Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Analisis dilakukan melalui pembacaan dan penafsiran pengalaman informan secara sadar dan hati-hati untuk menemukan makna fenomena sebagaimana dialami oleh mahasiswa USNI (Littlejohn dan Foss, 2013:191; Sugiyono, 2017:308).

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Pengalaman Mahasiswa terhadap Budaya Korea Pop

Hubungan antara teori fenomenologi Edmund Husserl dengan fenomena budaya K-pop adalah sebab orang-orang secara aktif menginterpretasi pengalaman-pengalaman dan mencoba memahami kejadian atau kondisi yang dilihat melalui pengalaman langsung.

Fenomena budaya Korea pop dapat berpengaruh mulai dari cara berpakaian yang mengikuti tren-tren yang ada di Korea. Tren adalah bagian dari kebutuhan sekunder manusia yang bisa berubah tergantung zaman atau keinginan seseorang untuk mengubah gaya hidupnya. Tren bisa dilihat dari cara berpakaian, bahasa, kebiasaan, dan lain-lain. Tren bisa dinilai relatif tergantung penilaian dari orang lain. Tren juga bisa dijadikan contoh dan juga bisa dijadikan hal tabu. Seperti mewarnai rambut menjadi salah satu tren mode di Korea, menggunakan coat, berdandan layaknya seperti orang Korea, berbicara menggunakan bahasa Korea, mencari-cari informasi menggunakan media-media sosial mengenai boyband dan girlband Korea. Memanfaatkan media sosial yang ada dalam mencari informasi termasuk informasi mengenai budaya Korea pop dapat menambah informasi tentang apa yang sedang menjadi tren di negara Korea dan dapat menambah wawasan bagi mereka yang menyukai budaya Korea pop. Pemanfaatan media sosial memudahkan untuk bisa mengakses

informasi mengenai Korea pop.

4.2. Media Sosial, Konsumsi, dan Gaya Hidup

Alasan mengapa budaya Korea mudah memberikan pengaruh adalah karena kebaruannya dan sebagai bentuk alternatif produk di pasaran di luar produk-produk Amerika, oleh karena itu Korea dan budayanya menemukan kekuatannya di pasar global. Ketika berbicara tentang minat dan ketertarikan terhadap budaya Korea ini, kecenderungan tidak akan berhenti pada membeli barang atau produknya saja, namun mereka akan melakukan perjalanan untuk memenuhi rasa penasaran terhadap budaya Korea yang mereka minati itu. Bahkan ketika key informan dan informan membeli produk, mereka bukan memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka akan produk itu saja, namun lebih dari itu, mereka membeli nilai budaya yang terkandung di dalamnya.

Adapun fenomena budaya K-pop yang terjadi pada diri mahasiswa USNI antara lain, sangat menyukai sesuatu yang disampaikan oleh tayangan K-pop, misalnya menyukai bahasa Korea sebagaimana bahasa yang digunakan oleh Korea, menyukai makanan Korea yang dahulunya mereka tidak mengenal makanan tersebut, menyukai negara Korea, menyukai musik Korea yang notabene musik-musik tersebut merupakan budaya baru yang masuk di Indonesia serta terjadi fenomena.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa budaya Korea pop tidak hanya diterima sebagai hiburan. Mahasiswa juga mengadopsi unsur bahasa, makanan, mode, musik, dan penampilan sebagai bagian dari ekspresi keseharian. Dalam perspektif fenomenologi, pemaknaan ini terbentuk melalui pengalaman langsung, interaksi dengan teman, dan paparan berulang melalui media sosial.

5. Kesimpulan

Budaya Korea pop menjadi salah satu bentuk budaya populer yang berkembang di kalangan mahasiswa USNI. Penerimaan terhadap musik, mode, kuliner, bahasa, dan figur idola Korea membentuk pengalaman baru serta mendorong perubahan preferensi dan gaya hidup.

Lingkungan pertemanan dan media sosial berperan penting dalam memperkenalkan dan memperkuat kegemaran tersebut. Dampaknya dapat bersifat positif maupun negatif, sehingga mahasiswa perlu menyikapi budaya populer secara kritis tanpa mengabaikan kebudayaan nasional.

Daftar Pustaka

- Academia.edu. Pengaruh Budaya K-pop. Diakses 12 Maret 2018, pukul 14.05.
- Adian, D. G. (2010). Pengantar Fenomenologi. Depok: Koekoesan.
- Bungin, B. (2010). Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Rajawali Pers.
- Burton, G. (2012). Media dan Budaya Populer. Yogyakarta: Jalasutra.
- Danesi, M. (2012). Popular Culture. Yogyakarta: Jalasutra.
- Hermanto dan Winarno. (2011). Ilmu Sosial dan Budaya Dasar. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kamus Besar. Fenomena. Diakses 4 April 2018, pukul 19.26.
- Kriyantono, R. (2010). Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana.
- Littlejohn, S. W., dan Foss, K. A. (2013). Teori Komunikasi. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, L. J. (2013). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Oh, I., dan Park, G. S. (2013). The globalization of K-pop: Korea's place in the global music industry. Korea Observer.
- Pujileksono, S. (2015). Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif. Malang: Intrans Publishing.
- Russell, M. J. (2014). K-pop Now: The Korean Music Revolution. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Universitas Komputer Indonesia. Kajian Korean Wave. Diakses 15 Maret 2018, pukul 20.00.
- Universitas Muhammadiyah Surakarta. Fenomena Hallyu. Diakses 15 Maret 2018, pukul 18.30.
- Wikipedia. K-pop. Diakses 10 Juni 2018, pukul 18.20.

