

Penjajahan Budaya *Hallyu* Pada Berbagai Sektor di Indonesia

¹Nada Kurnia Putri, ²Natasya Putri Latifa

^{1,2}Universitas Negeri Padang

Abstract

The advancement of information technology has caused the ease of cultures from outside to enter Indonesia. One of the cultures from abroad that enters and develops rapidly in Indonesia is Korean Culture or often referred to as *Hallyu* Culture. The purpose of this study is to see the influence of the development of *hallyu* culture in Indonesia, namely to see its influence in various sectors such as the economic, socio-cultural, and film. This study also aims to see how K-pop fans respond to the strong influence of *Hallyu* culture in Indonesia. The theory used in this study is Cultural Imperialism Theory, with this theory analyzed whether we are experiencing cultural colonization, because at this time *hallyu* culture has a strong influence in various sectors in Indonesia. This research was conducted using field observation methods and using a qualitative approach. Data collection techniques are carried out by observation or observation to one of the cafes with *hallyu* cultural nuances, located in Padang City. In addition to observation, we also conduct in-depth interviews, documentation, literature studies to collect data on the strong influence of *hallyu* culture in Indonesia in various sectors. Viewed from all aspects, it turns out that the economic, film, socio-cultural sectors have experienced the influence of *hallyu* culture that develops in Indonesia.

Keywords;

Hallyu, cultural imperialism theory, Indonesia

Email;

kurniaputrinada1@gmail.com

Abstrak

Majunya teknologi informasi menyebabkan dengan mudahnya budaya-budaya dari luar masuk ke Indonesia. Salah satu budaya dari luar negeri yang masuk dan berkembang dengan pesat di Indonesia yaitu Budaya Korea atau yang sering disebut dengan Budaya *Hallyu*. Tujuan penelitian ini untuk melihat pengaruh dari perkembangan budaya *hallyu* di Indonesia, yaitu melihat pengaruhnya dalam berbagai sektor seperti disektor ekonomi, sosial budaya, film, dan lain sebagainya. Penelitian ini juga bertujuan untuk melihat bagaimana tanggapan dari penggemar K-pop mengenai kuatnya pengaruh budaya *Hallyu* di Indonesia. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Cultural Imperialism Theory*, dengan teori ini dianalisis apakah kita sedang mengalami penjajahan budaya, karena pada saat sekarang ini budaya *hallyu* memiliki pengaruh yang kuat di berbagai sektor di Indonesia. Penelitian yang dilakukan menggunakan metode observasi lapangan dan memakai pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi atau pengamatan ke salah satu kafe yang bernuansa budaya *hallyu*, yang terletak di Kota Padang. Selain observasi kami juga melakukan wawancara mendalam, dokumentasi, studi literature untuk mengumpulkan data mengenai kuatnya pengaruh budaya *hallyu* di Indonesia pada berbagai sektor. Dilihat dari segala segi ternyata sektor ekonomi, film, sosial budaya telah mengalami pengaruh dari budaya *hallyu* yang berkembang di Indonesia.

Kata kunci;

Hallyu, teori imperialisme budaya, Indonesia

Email;

kurniaputrinada1@gmail.com



PENDAHULUAN

Dunia saat ini sedang mengalami perkembangan teknologi yang sangat pesat, salah satunya kemajuan pada media massa. Pada era ini teknologi informasi telah menjadi basis utama dalam kehidupan sehari-hari manusia. Majunya teknologi dan informasi menyebabkan globalisasi menyentuh seluruh aspek kehidupan manusia. Inovasi dalam teknologi adalah pendorong utama karena berdampak pada bidang rutinitas individu sehari-hari seperti bidang moneter, politik, hukum, sosial dan budaya.

Era globalisasi yang berkembang secara signifikan mampu mendorong kemajuan teknologi komunikasi dan informasi secara masif; yang secara spesifik mampu mempengaruhi aktivitas interaksi di media massa dan media sosial. Disisi lain, penggunaan media massa dan media sosial tidak terdapat batasan tertentu dalam penggunaannya, hal ini mendorong keterjangkauan yang luas kepada seluruh lapisan masyarakat dengan waktu yang tidak terbatas ([Cindrakasih, 2021](#)).

Pengaruh kuat media sosial dan media online yang muncul sebagai media baru dapat dengan mudah menyebabkan suatu budaya dari suatu tempat atau negara bermigrasi ke tempat lain atau negara lain tanpa harus melakukan perjalanan fisik ke sana. Ketersediaan ruang digital ini memudahkan mereka untuk mempelajari budaya suatu negara. Mereka hanya perlu mengakses informasi budaya negara lain melalui internet di media sosial, dan mempelajari budaya tersebut dengan mudah dalam hitungan menit. “*We are social*” melaporkan bahwa pada bulan Januari 2022, pengguna media sosial aktif di Indonesia mencapai angka 12,35% lebih tinggi dibandingkan tahun sebelumnya. Pada tahun 2021 bulan Januari hanya 170 juta orang, sedangkan Januari 2022 mencapai 191 juta orang. Media sosial yang sering di gunakan oleh para generasi sekarang untuk mengetahui sesuatu mengenai budaya negara luar yaitu seperti Instagram, Tiktok, Youtube, Twitter dan lain sebagainya. Salah satu contoh budaya negara luar yang dengan mudah dan mampu menguasai berbagai sektor di Indonesia bahkan di dunia yaitu Budaya Korea atau yang sering di sebut dengan Budaya *Hallyu*.

Hallyu merupakan sebutan untuk kesuksesan fenomena kebudayaan Korea Selatan yang menarik perhatian dunia internasional. *Hallyu* merupakan sebutan yang diberikan oleh seorang jurnalis di Cina ketika melihat pemberitaan tentang K-Drama dan K-Pop mendominasi surat kabar dan majalah di Cina pada tahun 1998. *Hallyu* merupakan sebutan terhadap *Korean Wave* atau fenomena gelombang kebudayaan Korea Selatan yang berupa konten-konten kebudayaan mereka, meliputi film, K-Drama, K-Pop, K-Fashion dan lainnya. Tayangan drama menjadi jembatan masuknya budaya *Hallyu* ke Indonesia. Dalam kurun waktu 10 tahun belakangan, tayangan drama ini berhasil menyita perhatian masyarakat Indonesia khususnya kalangan remaja ([Sari dan Jamaan, 2014](#)).

Hal ini telah berhasil membius kehidupan masyarakat khususnya para generasi muda, contohnya saja budaya *Hallyu* dapat mempengaruhi gaya berpakaian, tontonan, musik, *lifestyle* para remaja di Indonesia saat sekarang ini. Fenomena meluasnya pengaruh

budaya *hallyu* di Indonesia saat ini telah mampu mempengaruhi berbagai sektor kehidupan di Indonesia seperti ekonomi, pendidikan, film, sosial dan budaya ([Zakiah et al., 2019](#)).

Melihat besarnya pengaruh perkembangan budaya *hallyu* di Indonesia saat sekarang ini yang mana budaya tersebut dapat mempengaruhi berbagai sektor yang ada di Indonesia. Jika dihubungkan dengan teori efek media massa *Cultural Imperialism Theory*, apakah Indonesia saat sekarang ini tengah mengalami penjajahan budaya? Pada *Cultural Imperialism Theory* dikatakan bahwa negara barat berhasil mendominasi media di seluruh dunia. Hal ini dikarenakan media barat mempunyai pengaruh yang signifikan dan mengesankan bagi media di negara dunia ketiga sehingga mereka ingin meniru budaya yang muncul lewat teori tersebut. Dalam perspektif teori ini, ketika terjadi proses peniruan media negara berkembang dari negara maju, saat itulah terjadi penghancuran budaya asli di negara dunia ketiga.

Masyarakat di negara-negara dunia ketiga yang memanfaatkan media massa akan menyukai presentasi berdasarkan kehidupan, keyakinan, dan opini mereka. Saat kita menonton film Amerika, kita melihat beragam kehidupan, kepercayaan, dan pandangan orang Amerika. Tanpa kita sadari kita meniru apa yang diberitakan oleh media arus utama yang sarat dengan budaya barat. Saat itulah budaya asli negara tersebut dihancurkan, tergeser, dan berasimilasi dengan masyarakat barat. Tragedi ini mungkin membuka jalan bagi imperialisme budaya Barat ([Ardian, 2018](#)). Dilihat dari pengertian *Cultural Imperialism Theory* dapat kita kaitkan antara Indonesia dengan Budaya *Hallyu* bahwa sudah banyak budaya-budaya asli Indonesia yang mulai pudar dan mulai hilang akibat para generasi muda di negara Indonesia lebih memfokuskan dirinya terhadap budaya *hallyu*. Hal ini mengakibatkan budaya asli Indonesia mulai ditinggalkan dan lama kelamaan akan mengalami penghancuran.

Saat sekarang ini Indonesia sedang mengalami imperialisme budaya melalui Budaya *Hallyu*. Pesatnya perkembangan budaya *hallyu* di Indonesia membuat masyarakat dari berbagai kalangan usia, gender, status, terjangkau demam budaya *hallyu*. Jika hal ini dibiarkan akan berdampak terhadap budaya asli Indonesia. Disadari atau tidak sudah banyak masyarakat Indonesia yang mulai meniru kebiasaan orang korea pada umumnya, seperti cara berpakaian, makanan, musik, gaya hidup dan lain sebagainya. Selain itu sektor perekonomian di Indonesia mulai memasukkan unsur budaya *hallyu* di dalam barang atau jasa yang mereka pasarkan. Selain sektor ekonomi, masih banyak lagi sektor-sektor lain di Indonesia yang sudah memasukkan unsur budaya *hallyu* di dalamnya. Dilansir dari media indonesia.com ada sebanyak 7.8 miliar cuitan global yang menggunakan tagar *#KpopTwitter*. Indonesia menempati urutan teratas untuk jumlah cuitan K-pop terbanyak selama dua tahun berturut-turut. Maraknya penggemar K-pop di Indonesia saat sekarang ini tidak lepas dari kuatnya pengaruh media massa. Media massa menjadi alat atau tombak masuk dan meluasnya budaya *hallyu* di Indonesia.

Sektor ekonomi, sosial, budaya, film, di Indonesia saat ini tanpa kita sadari telah dipengaruhi oleh budaya *hallyu*. Seperti cafe maupun restoran sudah banyak menyajikan

makanan asli korea. Dalam dunia perfilman Indonesia saat sekarang ini telah banyak meniru bahkan membeli hak cipta drama korea yang kemudian di remake dengan versi Indonesia. Kuatnya pengaruh budaya *hallyu* di Indonesia diberbagai sektor membuat kita tanpa disadari telah dijajah oleh bangsa korea melalui pengaruh budaya *hallyu*. Melihat besarnya pengaruh tersebut masyarakat seharusnya tidak terlalu fanatik dengan budaya luar yang masuk ke Indonesia, karena jika masyarakat Indonesia terlalu fanatik membuat dengan mudahnya bangsa lain menjajah budaya negara kita atau dengan mudahnya kita mengalami imperialisme budaya. Tujuan penelitian ini dilakukan yaitu untuk melihat pengaruh dari perkembangan budaya *hallyu* di Indonesia, yaitu melihat pengaruhnya dalam berbagai sektor seperti di sektor ekonomi, film, sosial budaya dan lain sebagainya. Selain itu tujuan penelitian ini juga melihat bagaimana tanggapan dari penggemar K-pop mengenai kuatnya pengaruh budaya *Hallyu* di Indonesia.

KAJIAN TEORI

Teori Imperialisme Budaya (*Cultural Imperialism Theory*)

Teori imperialisme budaya yang muncul tahun 1960 dan menjadi topik bahasan di kalangan elit politik sejak tahun 1970. Perbincangan tersebut kemudian melahirkan istilah-istilah seperti imperialism media, imperialisme struktural, ketergantungan budaya dan dominasi, sinkronisasi budaya, kolonialisme elektronik, imperialisme ideologis, dan imperialisme ekonomi. Nuruddin mengatakan bahwa Teori imperialisme budaya pertama kali dikemukakan oleh Herb Schiller pada tahun 1973. Tulisan pertama Schiller yang dijadikan dasar bagi munculnya teori ini adalah *Communication and Cultural Domination* ([Ardian, 2018](#)).

Rauschenberger menyatakan bahwa pada awalnya *cultural imperialism* pertama kali muncul pasca perang dunia II dengan berbagai macam nama pada saat itu, seperti halnya *neo-colonialisme*, *soft imperialism*, dan *economic imperialism*. Istilah tersebut berubah setelah beberapa tahun kemudian mendapat pembenaran dari beberapa ahli sehingga berubah menjadi *media imperialism*, *structural imperialism*, *Cultural dependency and synchronization*, *electronic colonialism*, *ideological imperialism*, dan *communication imperialism*. Pernyataan Rauschenberger tersebut mengutip dari pemahaman Herbert Schiller yang merupakan tokoh penemu teori tersebut dan tertuang dalam bukunya yang berjudul *Communication and Cultural Domination*. Herbert Schiller menyatakan dalam bukunya bahwa fenomena-fenomena yang terjadi dan memungkinkan bagi perusahaan ataupun media untuk menjadikan cara bagi negara-negara maju untuk mendominasi negara-negara berkembang.

Teori imperialisme budaya menyatakan bahwa negara Barat mendominasi media di seluruh dunia. Hal ini berarti, media massa negara Barat berhasil mendominasi media massa di dunia ketiga. Alasannya, media Barat mempunyai efek yang kuat untuk mempengaruhi media dunia ketiga, negara dunia ketiga merupakan sebutan untuk negara yang sedang berkembang. Media Barat sangat menarik bagi media di dunia ketiga. Alhasil, tujuan mereka adalah meniru budaya yang tergambar di media. Dalam

sudut pandang hipotesis ini, ketika ada proses peniruan identitas media dari negara-negara berkembang, maka disinilah budaya pertama dilenyapkan di negara-negara ketiga. Kebudayaan Barat secara praktis menyampaikan sebagian besar komunikasi luas di dunia ini, seperti film, berita, komik, foto dan lain-lain.

Kecurigaan terhadap kolonialisme sosial adalah bahwa media mengambil peran penting dalam membentuk masyarakat. Asumsi lainnya adalah teori ini mengembangkan dan mendistribusikan produ kmedia secara terpusat. Artinya semua media dimulai dari negara-negara fokus yang mempunyai proses berpikir untuk menguasai media di negara-negara periferi. Negara periferi merupakan negara yang tidak memiliki pemerintahan pusat yang kuat atau yang dikendalikan oleh negara- negara lain. White (dalam Rummyeni 2012), menyatakan bahwa asumsi lain dari imperialisme budaya adalah bahwa media memainkan peranan utama dalam menciptakan budaya.

Salwenn (dalam Malik 2014) menjelaskan keterkaitan erat antara peran media massa dengan imperialisme budaya. Menurut Salwen, imperialisme budaya yang bermuatan ideologis yang sering berkaitan dengan penggambaran efek atau pengaruh media massa Barat terhadap khalayak luar negeri sehingga imperialisme budaya bisa disebut juga sebagai imperialisme media. Imperialisme media dalam hal ini dijelaskan sebagai sebuah proses dimana kepemilikan, struktur, distribusi dan konten media di hampir semua negara tunduk pada tekanan eksternal dari media negara maju yang berkepentingan khususnya Amerika ([Ardian, 2018](#)).

Menurut Herb Schiller, berdasarkan teori ini negara-negara barat yang menguasai media di seluruh dunia akan menghasilkan dampak yang besar dalam mempengaruhi kebudayaan dari negara dunia ketiga. Mereka secara tidak langsung akan terpaksa menggunakan perspektif barat dalam kehidupan sehari-hari sehingga budaya yang asli akan perlahan hancur. Teori ini juga mengatakan bahwa hasil produksi media negara barat seperti berita, film, komik dan karya lainnya juga didukung dari uang yang banyak sebagai salah satu sumber daya mereka. Negara dunia ketiga beranggapan dengan membeli hasil karya mereka, uang yang mereka keluarkan jauh lebih kecil dibandingkan dengan memproduksi media itu sendiri. Maka dari itu, wajar jika bagaimana warga negara dunia ketiga hidup akan sangat dipengaruhi oleh bagaimana negara barat hidup, negara barat percayai serta apa yang negara barat pikirkan ([Arisanty, 2018](#)).

METODE

Penulis menggunakan metode Studi Pustaka untuk menganalisis kasus atau fenomena yang akan dibahas dalam artikel. Studi pustaka dalam penelitian merupakan telaah pustaka yang dilakukan melalui pengkajian teori, pendapat para ahli serta temuan-temuan dari jurnal, artikel, karya ilmiah, artikel dan lain sebagainya ([Saputra, 2023](#)). Penelitian yang dilakukan menggunakan metode observasi lapangan dan memakai pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi atau pengamatan ke salah satu kafe yang bernuansa budaya *hallyu*, yang terletak di Kota

Padang. Selain observasi juga dilakukan wawancara mendalam, dan dokumentasi untuk mengumpulkan data mengenai kuatnya pengaruh budaya *hallyu* di Indonesia pada berbagai sektor.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Di era modern seperti sekarang, media sosial bukan lagi hal yang awam di masyarakat. Berdasarkan data dari Hootsuite pada bulan Februari 2022, angka persentase pengguna yang melek akan media sosial sebanyak 74, 4 persen. Dari total 277,7 juta penduduk Indonesia, 191,4 juta diantaranya merupakan pengguna media sosial. Ada beragam media sosial yang digunakan pada saat ini, contohnya seperti Instagram, Tiktok, Youtube, Twitter, Whatsapp, Telegram, Facebook, dan lainnya. Setiap media sosial memiliki fungsi utamanya masing-masing. Salah satu fungsinya adalah untuk menyampaikan opini publik. Setiap orang dapat menyampaikan pendapatnya dengan mudah dan cepat tanpa kendala waktu.

Menurut Lembaga Riset Sensor Tower, Aplikasi pesan Telegram telah diunduh dari satu miliar kali secara global dan Indonesia berada di peringkat ketiga terbanyak penginstalan aplikasi tersebut. Berdasarkan data dari Hootsuite, pengguna Telegram di Indonesia tahun 2022 sebanyak 61, 8 persen dari jumlah populasi yang ada.

Indonesia menjadi salah satu negara yang turut mengalami imperialisme budaya. Penjajahan budaya yang terjadi yaitu kuatnya pengaruh budaya *hallyu* di berbagai sektor di Indonesia. Masuk dan berkembangnya budaya *hallyu* di Indonesia tidak terlepas dari peran penting dari media. Menurut McQuail (2002), media massa merupakan sebuah institusi yang mengoneksikan seluruh unsur suatu masyarakat dengan masyarakat lainnya melalui produk media massa yang dihasilkan. Institusi media massa secara spesifik merupakan; (1) saluran produksi dan distribusi kontennsimbolis; (2) institusi publik yang bekerja sesuai aturan yang berlaku; (3) keikutsertaan sebagai pengirim atau penerima adalah sukarela; (4) menggunakan standar profesional dan birokrasi; serta (5) media sebagai kombinasi antara kebebasan dan kekuasaan. Oleh sebab itu media memiliki peran yang sangat penting dalam proses terjadinya imperialisme budaya di suatu negara ([Radiah, 2012](#)).

Selain media massa, media elektronik juga berperan penting terhadap masuknya budaya *hallyu* ke Indonesia. Sebagaimana dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi karya Jhon Fiske, keberadaan televisi nasional, dan musik asing membuat masyarakat Indonesia kian terbuka berkenalan dengan budaya pop internasional serial film asing di televisi nasional dengan cepat menawan hati masyarakat ([Fiske, 2014](#)).

Menurut Rosmawati dalam buku literasi media ([Apriadi Tamburaka, 2013](#)), televisi tidak hanya mampu menjangkau daerah-daerah berdasarkan geografis, namun juga menembus ruang publik bahkan ruang pribadi. Televisi dengan gabungan media dengan media gambar hidup (gerak maupun *live*) bisa bersifat politis, informatif, hiburan, pendidikan bahkan berupa gabungan dari ketiga unsur tersebut. Oleh karena itu, televisi memiliki karakteristik tersendiri yaitu kemampuannya yang luar biasa

bermanfaat bagi banyak pihak, baik dari segi ekonomi maupun politik.

Observasi lapangan yang dilakukan yaitu mewawancarai penggemar budaya *hallyu*, sebagaimana yang dikatakan oleh seorang narasumber:

“Saya mengetahui budaya hallyu ini melalui media sosial, yakni media sosial Instagram dan Tiktok.”

Cara kerja media dalam penyebaran suatu informasi yaitu media massa berupaya menyelaraskan target khalayaknya yang heterogen dari sisi sosio-ekonomi. Produk media agar bisa diterima oleh masyarakat maka harus dibentuk dengan sedemikian rupa. Yaitu dengan cara menyajikan tayangan, musik, film, kuis yang digandrungi dan memiliki penggemar yang banyak. Salah satunya yaitu budaya *hallyu*. *Korean wave* atau *hallyu* merupakan kebudayaan *pop culture* yang berasal dari Republik Korea Selatan. Hampir sama dengan *pop culture* dari Amerika Serikat, *Korean wave* juga menjual produk-produk kebudayaan melalui film, musik, drama dan kebiasaan dengan memadukan unsur tradisional serta modern di dalamnya. Pada saat sekarang ini media berupaya memberitakan semua hal yang berkaitan dengan budaya *hallyu*, seperti film, musik, drama yang sedang hits. Dengan menayangkan hal tersebut akan berdampak pada bertambahnya penggemar dari budaya *hallyu* di suatu negara. Semakin banyak penggemar dari budaya *hallyu* maka semakin mudahnya budaya *hallyu* mempengaruhi segala sektor di negara tersebut. Contohnya di Indonesia, saat sekarang ini berbagai sektor di Indonesia berlomba-lomba menggunakan budaya *hallyu* untuk menarik atensi masyarakat, khususnya penggemar dari budaya *hallyu* yang jumlahnya semakin bertambah.

K-Pop atau musik pop dari Korea Selatan berhasil diterima oleh mayoritas masyarakat di wilayah Asia Selatan, seperti Jepang, China, Malaysia, Thailand, Vietnam serta Indonesia ([Hifzillah, 2014](#)). Popularitas bintang KPOP meningkat drastis sejak akhir 1990-an. Saat ini Boyband dan Girlband asal Korea Selatan mampu memperkenalkan musik dan budaya mereka ke masyarakat di seluruh dunia. Sebut saja BTS, Blackpink, Enhypen, NCT, TXT, Treasure dan masih banyak lagi yang lainnya.

Sebagaimana yang dikatakan oleh salah seorang narasumber:

“Saya tertarik dengan budaya hallyu ini yaitu dengan personil, visual, lagu dan dramanya. Efek yang saya rasakan ketika menjadi penggemar dari budaya hallyu ini yaitu saya berusaha mengikuti gaya berpakaian orang Korea, skincarenya, serta membeli printilan-printilan photocard yang berisi boyband idola”.

Pernyataan dari narasumber dapat membuktikan bahwa sebagian besar dari penggemar budaya *hallyu* akan mengikuti dan membeli produk-produk yang berhubungan dengan budaya *hallyu* seperti membeli *skincare*, baju, kuliner, dan *photocard*. Hal tersebut memberikan pengaruh yang besar ke dalam sektor perekonomian di Indonesia.

Para agensi boyband dan girlband berusaha mencari atensi dari penggemar idolnya dengan melakukan konser, *fanmeeting*, dan menjual barang-barang yang berbaur akan

boyband atau *girlband*. Hal tersebut mereka lakukan demi mendapatkan keuntungan yang besar, seperti yang diketahui bahwa para penggemar kpop merupakan penggemar yang sangat loyal kepada boyband dan girlband idolanya. Hal ini tentunya juga memiliki pengaruh terhadap sektor perekonomian.

Menurut Ben Agger dalam Sosiologi Komunikasi oleh Prof. Dr. H.M. Burhan Bungin, S.Sos., M.Si, budaya populer memiliki pengaruh yang besar terhadap milyaran manusia. Bahkan anehnya kebudayaan populer lebih banyak berpengaruh terhadap kelompok orang muda dan menjadi pusat ideologi masyarakat dan kebudayaan. Padahal budaya populer terus menjadi kontradiksi dan perdebatan. Budaya *hallyu* merupakan salah satu contoh dari budaya populer (Bungin, 2006). Dikutip dari buku Sosiologi Media Perspektif Teori Kritis karya Nengah Bawa Atmadja dan Luh Putu Sri Ariyani, mengatakan bahwa budaya populer sebagai komoditas dipasarkan secara masal guna mendapatkan keuntungan sehingga budaya populer “sering tanpa malu bersekutu dengan industri hiburan yang secara kasar memburu laba” (Atmadja dan Ariyani, 2018). Menurut Heath and Potter, kapitalisme konsumen telah menyerobot setiap pengalaman autentik manusia, mengubahnya menjadi komoditas lantas menjualnya balik kepada kita melalui iklan dan media massa.



Gambar 1. Potret penggemar budaya hallyu dalam antrian pembelian tiket konser

Sumber: Youtube CNN Indonesia

Dampak dari banyaknya penggemar budaya *hallyu* di Indonesia yaitu beberapa *brand* lokal, mulai dari *brand* makanan, minuman, kosmetik, hingga *market place* lebih memilih menjadikan artis korea selatan sebagai *brand ambassador* produknya untuk menarik minat konsumen khususnya penggemar budaya *hallyu*. Dilansir dari Detikfinace.com Raditya Beer selaku Ceo Tokopedia mengatakan keterlibatan Kpop dalam program tokopedia membuat adanya peningkatan pada penjualan produk khas Korea seperti *tteokbokki* dan *jajangmyeon* yang paling diburu, serta *merchandise* k-pop, *skincare*, dan *make up* korea menjadi produk yang paling diminati oleh masyarakat Indonesia. Selain itu Raditya Beer mengatakan selain menyebabkan produk yang dijualnya cepat habis ternyata

menjadikan BTS sebagai *brand ambassador* juga memiliki pengaruh besar, program tokopedia berhasil menjadi perbincangan publik.

Besarnya penggemar budaya *hallyu* di Indonesia saat sekarang ini, berhasil menciptakan peluang usaha bagi pengusaha untuk membuka usaha baru yang bertemakan budaya *hallyu* seperti kafe, restoran, toko-toko yang menjual *merchandise k-pop*. Hal ini tentunya memiliki pengaruh yang besar pada sektor ekonomi, contoh pengaruh dari kuatnya budaya *hallyu* di sektor ekonomi yaitu seperti terbukanya lapangan pekerjaan yang baru. Pengaruh negatifnya yaitu *brand* lokal dan budaya asli negara kita mulai ditinggalkan karena masyarakat lebih tertarik kepada hal yang berbau dengan budaya *hallyu*.

Selain memiliki pengaruh di sektor ekonomi, budaya *hallyu* juga memiliki pengaruh yang kuat di sektor sosial budaya Indonesia. Pengaruh Budaya *Hallyu* di sektor sosial budaya yaitu terjadinya perubahan kebudayaan asli. Terjadinya perubahan kebudayaan disebabkan oleh beberapa faktor, diantara faktor pendukungnya adalah adanya kontak dengan kebudayaan lain. Di era modernisasi, perubahan kebudayaan terjadi begitu cepat yang disebabkan oleh pengaruh adanya kemajuan teknologi. Budaya *hallyu* yang masuk ke Indonesia sewaktu-waktu dapat membuat perubahan yang signifikan dalam kehidupan sehari-hari, pola pikir, perubahan perilaku, sampai kepada pola hidup masyarakat. Sepuluh tahun terakhir, budaya *hallyu* mulai mempengaruhi kebudayaan Indonesia. Fenomena ini dilatar belakangi kesuksesan Korea Selatan sebagai tuan rumah Piala Dunia tahun 2002. Kesuksesan tersebut semakin menaikkan *prestise* mereka di mata dunia. Pengaruh demam K-POP sangat berdampak kepada budaya-budaya di Indonesia, contohnya saja generasi milenial sekarang lebih menyukai budaya dari luar dibandingkan dengan budaya asli. Tidak hanya memberikan dampak pada pergeseran budaya lokal, demam K-POP ini juga merubah gaya berpakaian remaja Indonesia khususnya, yang sebelumnya berpakaian sopan menjadi pakaian yang lebih terbuka dan ini tidak sesuai dengan nilai dan norma yang dianut Indonesia ([Wardani, 2013](#)).

Sektor selanjutnya yang mengalami pengaruh kuatnya perkembangan budaya *hallyu* di Indonesia yaitu sektor Film. Drama Korea berjudul *Endless Love* menjadi drama pembuka masuknya film korea di Indonesia. Film ini berhasil menyita perhatian masyarakat dan memicu masuknya film-film lain yang diimpor oleh stasiun televisi lokal. Diantara drama tersebut antara lain *Jewel in The Palace*, *Princess Hours*, *Coffee Prince*, *Winter Sonata*, *Full House*, *My Sassy Girl Chunhyang*, hingga *Boys Before Flower* ([Zakiah et al., 2019](#)). Bukan hanya filmnya, namun aktor-aktor di film tersebut juga menjadi idola baru di kalangan masyarakat Indonesia. Besarnya pengaruh drama korea tersebut, membuat insan perfilman di Indonesia berlomba-lomba dalam menayangkan dan *remake* film dan drama korea yang telah sukses. Film Indonesia yang sukses melakukan *remake* dari film korea salah satunya film *Miracle In Cell Number 7*. Film ini berhasil meraup hampir 5 juta penonton.

Begitu besarnya pengaruh dari budaya *hallyu* di berbagai sektor di Indonesia, apakah kita sebenarnya saat ini mengalami penjajahan budaya? jika dilihat dari teori efek media massa *cultural imperialism theory*, jawabannya iya, saat sekarang ini tanpa disadari kita

sedang mengalami penjajahan budaya. Hampir segala sektor di Indonesia dipengaruhi oleh budaya luar, yaitu budaya *hallyu*. Tanpa disadari produk-pruduk dari luar sudah berkeliaran di Indonesia, mulai dari kosmetik, kuliner, fashion, dan lain sebagainya. Hal ini mengakibatkan lunturnya budaya dan kearifan lokal budaya Indonesia.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa sektor ekonomi, film, sosial budaya telah mengalami pengaruh dari budaya *hallyu* yang berkembang di Indonesia. Mencintai suatu hal merupakan hak masing-masing individu, tidak ada yang bisa melarang seseorang mengenai apa yang disukainya. Kita boleh mencintai budaya luar tetapi tidak boleh terlalu fanatik, artinya disini bahwa boleh mengikuti gaya hidup dari budaya yang disukai tetapi jangan sampai meninggalkan budaya lokal. Misalnya, boleh mengikuti fashion budaya orang korea tetapi fashion yang diikuti tidak melanggar nilai dan norma yang berlaku di lingkungan masyarakat. Jika kita terlalu fanatik akan budaya luar maka penjajahan budaya yang terjadi di negeri yang kita cintai ini tidak akan pernah berakhir, yang mana lama kelamaan budaya dan negara ini akan dikuasai oleh budaya luar. Apa gunanya Indonesia memiliki penduduk yang banyak, jika penduduknya sendiri tidak mencintai budaya lokalnya. Oleh karena itu mari kita lestarikan budaya lokal kita jangan sampai nilai-nilai yang sudah tertanam semenjak dulu digantikan oleh budaya *hallyu* dengan begitu saja.

REFERENSI

- Ardian, H. Y. (2018). Komunikasi Dalam Perspektif Imperialisme Kebudayaan. *Jurnal Perspektif Komunikasi UMJ*, 1(1), 17–30.
- Arisanty, M. (2018). Budaya Lokal Di Balik Film Java Heat. *SEMIOTIKA: Jurnal Komunikasi*, 371–408.
- Astuti. (2012). Imperialisme Budaya Industri Dunia Hiburan Korea di Jakarta (Studi terhadap Remajaremaja Jakarta yang Menggemari Musik Pop Korea). *Tesis*.
- Atmadja, Nengah Bawa dan Luh Putu Sri Ariyani (2018). *Sosiologi Media Perspektif Teori Kritis*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- Cindrakasih, R. R. (2021). Dinamika Globalisasi Budaya Korea di Indonesia dan Pola Konsumsi Remaja “Korean Wave” di Media Sosial Instagram. *Jurnal Public Relations- JPR*, 2(1), 17–28.
- Dra. Hj. Radiah AP., M.Si (2012). *Sosiologi Komunikasi*. Makassar : Alauddin University Press.
- Fitrie, R. A. (2017). *Imperialisme budaya, Mahabharata , Dominasi, India . 2005*, 1–15.
- Hasmira, M. H., & Sylvia, I. (2019). *Hand Out Sosiologi Komunikasi*. 1–61.
- Hifzillah, D. (2014). *Peran Hallyu Bagi Korea Selatan Dalam Hubungan Bilateral Korea Selatan-Indonesia*. 1–79.

[https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/39299/3/Dafi Hifzillah-](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/39299/3/Dafi%20Hifzillah-)

