

**FENOMENA BUDAYA KOREAN WAVE TERHADAP
PERUBAHAN GAYA HIDUP REMAJA GAMPONG HAGU
TEUNGOH LHOKSEUMAWE**

Rizkita Putri Balqis

rizkitaputri007@gmail.com

IAIN Lhokseumawe

ABSTRACT

The Korean Wave Cultural Phenomenon on Changes in the Lifestyle of Teenagers in Gampong Hagu Teungoh Lhokseumawe. This research analyzes what Korean wave culture is found among teenagers in the PLN Hagu Teungoh Lhokseumawe hamlet. How does the Korean Wave culture affect lifestyle changes among teenagers in the PLN Hagu Teungoh Lhokseumawehamlet. This type of research is descriptive qualitative research. The research data source is primary data in the form of information obtained directly from interviews with informants. Secondary data obtained was in the form of journals, news, collections of K-pop items and profiles of informants. In this research, the data collection methods used were observation and interviews. the existence of Korean Wave culture in the eyes of the teenagers of PLN Gampong Hagu Teungoh, namely visuals, concepts and packaging. The teenagers involved in this research are K-Wave fans in PLN hamlets, many of whom do not realize

that indirectly, Korean Wave became the stage for the formation of these teenagers' lifestyles. It can be seen from the positive and negative impact of changes in the lifestyle of teenagers from Pln Hagu Teungoh Lhokseumawe hamlet on Korean wave culture that 1) teenagers are starting to learn the culture of other countries, including Korea. 2) draw conclusions and imitate how the idol you idolize achieved success. 3) start being active in online media such as social media applications such as Good Night, Twitter, Instagram, V-live to make new friends from various provinces and the world. 4) Teenagers' insight becomes broader.

Keywords: Korean-Wave Culture, Lifestyle,

ABSTRAK

Fenomena Budaya Korean Wave Terhadap Perubahan Gaya Hidup Remaja Gampong Hagu Teungoh Lhokseumawe. Penelitian ini menganalisis apa saja budaya *Korean wave* yang terdapat pada remaja di dusun pln gampong Hagu Teungoh Lhokseumawe. Bagaimana budaya *Korean wave* terhadap perubahan gaya hidup pada remaja yang adadi dusun pln gampong Hagu Teungoh Lhokseumawe. Jenis riset penelitian tergolong deskriptif kualitatif. Sumber data penelitian berupa informasi data primer berbentuk informasi yang di peroleh langsung dari hasil wawancara dengan informan. Data sekunder yang didapat berupa jurnal, berita, koleksi barang k-pop dan profil para informan. Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan observasi dan wawancara. adanya budaya *Korean Wave* dimata remaja dusun pln gampong Hagu Teungoh, yaitu visual, konsep, dan pengemasan. Remaja-remaja yang dilibatkan dalam penelitian ini merupakan penggemar *K-Wave* yang

ada di dusun pln, banyak yang tidak menyadari bahwa secara tidak langsung, *Korean Wave* menjadi panggung dari terbentuknya gaya hidup remaja tersebut. bisa dilihat dari sisi dampak positif dan negative dari perubahan gaya hidup remaja dusun Pln Hagu Teungoh Lhokseumawe pada budaya *Korean wave* bahwa 1) remaja-remaja mulai belajar budaya Negara lain termasuk korea. 2) menarik kesimpulan dan meniru cara bagaimana idola yang di idolakan maraih kesuksesan. 3) mulai aktif di media online seperti aplikasi media social seperti Good Night, Twitter, Instagram, V-live hingga mendapatkan teman baru dari berbagai provinsi hingga dunia. 4) Wawasan dari remaja menjadi luas.

Kata Kunci: Budaya Korean-Wave, Gaya Hidup

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman saat ini semakin hari semakin moderen dibuktikan dengan perkembangan teknologi yang muncul diiringi dengan perubahan perkembangan media-media seperti media sosial juga internet yang mana dapat dengan mudah sebagian orang mulai mengakses berbagai informasi, dengan saling berkomunikasi, dan dapat mengakses dunia di luar tanpa harus berkunjung ke negara yang ingin di akses tersebut. Berkembangnya teknologi informasi yang sangat pesat seperti media massa pada saat ini, mulai memberikan banyak sekali dampak yang cukup luar biasa didalam kemajuan berkomunikasi. Teknologi canggih tidak hanya dapat dengan mudah membawa dampak informasi dengan cepat tetapi juga dapat bermanfaat dalam mempermudah menyebarnya informasi mengenai fenomena yang ada di seluruh penjuru dunia. Informasi yang beredar pada media massa disaat ini justru mulai berkaitan dengan yang namanya fenomena budaya yang sedang populer akhir-akhir ini seperti fenomena budaya *Korean wave*.

Secara sosiologis fenomena Korean wave tersebut merupakan

budaya yang sedang tren dalam kurun waktu satu dekade, fenomena budaya *Korean wave* ini pada dasarnya mempunyai kaitan yang cukup kuat dengan masalah keseharian yang sering kali dinikmati oleh banyak kalangan, seperti musik, film, drama, fashion, dan masih banyak lagi.¹

Dan nyata hal tersebut punya banyak andil dalam mempengaruhi banyak aspek di dalam kehidupan kita sehari-hari sehingga gaya kehidupan dari para penggemarnya juga mulai berubah sedikit demi sedikit, fenomena *Korean Wave* mulai melahirkan fanatisme juga perubahan tingkah perilaku serta perubahan loyalitas oleh konsumen tanpa disadari yang dimana membuat berbagai perubahan yang berbeda beda dari gaya hidup kalangan penggemarnya.²

Gaya hidup terkadang menjadi bagian dari kebutuhan sekunder bagi manusia dimana tanpa disadari gaya hidup berubah dan mulai bergantung dengan perubahan zaman, juga bagaimana keinginan sebagian orang tersebut untuk mengubah gaya kehidupannya. Pada awalnya istilah gaya hidup di temukan oleh seorang psikolog Austria yaitu *Alfred* dan *Ferdinand the bull* di tahun 1929. Sebagaimana yang dapat di pahami sampai saat ini dan juga digunakan sejak tahun 1961, gaya hidup dapat dilihat dari berbagai aspek seperti cara berpakaian dan kebiasaan. Gaya hidup juga dapat dengan mudah dinilai secara relative tergantung dari sudut pandang orang lain.³

Korean Pop Culture atau budaya populer Korea merupakan suatu budaya yang berasal dari Korea Selatan. Budaya ini telah menarik simpati banyak kalangan terutama dari berbagai kalangan remaja di seluruh dunia dan telah berkembang melampaui batas

¹ Korea culture and information service. 2011. *The Korean wave: A New Pop Culture Phenomenon*. Korea: ministry of culture, sport and tourism

² Dewi fitrina, memanfaatkan fenomena Korean wave, swa,1 agustus 2016

³Menkes. *Remaja Indonesia harus sehat*. 15 mei 2018.
<https://www.kemkes.go.id/article>. diakses pada tanggal 6 april 2024.

Negara. *Korean wave/ korean Pop Culture* ini berhasil merebut pasar di Asia, Eropa, Amerika, dan Australia juga dapat berhasil masuk ke dalam kehidupan berbagai kalangan masyarakat karena mempunyai suatu keunikan tersendiri. Keunikan-keunikan tersebut antara lain dari produk yang di hadirkan seperti *K-pop, Skin care, Reality Show, Fashion Style Korean*, drama seri Korea dan *Film Korea* yang memiliki tema yang kuat, sehingga masyarakat dibuat penasaran dan tertarik lebih dalam mengenal budaya Korea. Produk budaya Korea juga telah berhasil mengemas nilai-nilai Asia yang dipasarkan dengan gaya *modern*.⁴

Penyebaran budaya Korea di dunia dikenal dengan sebutan *Korean Pop Culture* atau *Hallyu* atau *Korean Wave*. *Hallyu* atau *Korean Wave* yang berarti gelombang Korea merupakan suatu istilah yang diberikan untuk tersebarnya budaya pop Korea secara global di berbagai penjuru Negara di dunia. Berkembangnya budaya populer Korea (*Korean Pop Culture*) di Negara–Negara di benua Asia Timur, Amerika, Eropa, Australia dan beberapa Negara Asia Tenggara termasuk Indonesia menunjukkan adanya transformasi budaya asing ke Negara lain. Berkembangnya budaya populer Korea di Indonesia dibuktikan dengan munculnya “*Asia Fans Club*” (AFC) yaitu blog Indonesia yang berisi tentang berita dunia hiburan Korea. Dalam konsepsi budaya, budaya populer yang dibawa Korea berasa dalam dimensi yang terwujud dalam budaya seperti lagu, drama, film, musik, program televisi, makanan, dan bahasa. Sedangkan dimensi abstrak yang berupa nilai, norma, kepercayaan, tradisi, makna, terkandung secara tidak langsung dalam budaya tersebut.

Demam *Korean Wave* atau yang lebih dikenal dengan sebuah istilah buatan yang memiliki makna budaya modern korea yang

⁴Melly Ridaryanthi, Bentuk Budaya Populer Dan Konstruksi Perilaku Konsumen Studi Terhadap Remaja, jurnal, <https://media.neliti.com/media/publications/142786-ID-bentuk-budaya-populerdan-konstruksi-per.pdf>, diakses pada tanggal 6 april 2024., hlm.95.

diakui oleh negara lain dan di Indonesia. *K-Wave* mengemas nilai-nilai Asia yang dipasarkan dengan gaya modern istilah ini mengacu pada cerita- cerita yang dikemas dengan nuansa kehidupan Asia. Pemasarannya memakai cara internasional dengan mengedepankan penjualan nama seorang bintang atau menjual *style* bintang tersebut untuk mempengaruhi gaya hidup, *style*, dan cara berpikir orang-orang yang akan dipengaruhi.⁵ Fenomena budaya korea kontemporer hallyu yang mengakibatkan demam korea juga sudah mempengaruhi gaya hidup remaja-remaja di berbagai daerah indonesia salah satunya di Aceh yaitu Gampong Hagu Teungoh Kota Lhokseumawe.

Remaja-remaja tersebut kini banyak yang sudah mulai dan berkelanjutan mengikuti tren *Korean Wave* seperti menonton drama, mendengar musik, dan mengkonsumsi berbagai jenis hiburan lainnya dari negara gingseng tersebut. Hasil wawancara awal dari salah satu remaja Gampong Hagu Teungoh menjelaskan bahwa awal mula tertarik dan fanatik pada dunia *Korean wave* karena televisi Indonesia menayangkan drama series korea, oleh sebab itu rasa tertarik mulai muncul dan mulai mencari tau bagaimana dan apasaja hal yg berkaitan dengan *Korean wave* di media massa dan sosial. Saat ini ratusan judul musik pop korea, drama korea, film korea, boybandnya hingga produk-produk kosmetik korea sering diputar, dijual dan dipertontonkan pada layar televisi Indonesia.⁶

Dalam beberapa tahun terakhir hampir setiap media massa televisi indonesia menyuguhkan berbagai hal yang bernuansa korea, apa lagi tahun 2020 sampai 2024 media massa Indonesia gencar gencaran memakai artis korea untuk menjadi *brand ambassador* dari produk lokal indonesia agar dapat lebih menarik perhatian konsumen dari berbagai kalangan masyarakat, selain itu drama korea, film korea, musik korea, fashion korea hingga kosmetik dari

⁵Ulfah rahmayanti. *Pengaruh demam kpop terhadap budaya Indonesia*, wordpress,3 february,2013.

⁶Zuhra, Remaja Gampong Hagu Teungoh, Wawancara, Kota Lhokseumawe, tanggal 2 Mei 2024.

korea pun sangat digandrung, diminati dan menjadi target *trand marketing* berbagai kalangan mulai dari remaja hingga orang tua, laki-laki dan perempuan pada saat ini. Apalagi media tv seperti trans-tv hingga berbagai stasiun lain akan mulai menayangkan drama series korea dan memakai aktris korea sebagai bintang tamu yang saat ini sedang *booming* di berbagai negara termasuk Indonesia, saat ini drama-drama populer dan berbagai produk *hallyu* tersebut sedang menjadi perbincangan hangat di media massa seperti twitter, Instagram dan masih banyak lagi dan menjadikan remaja-remaja ini mulai *exited*.

Hal ini tentunya sangat erat kaitannya dengan fenomena *Korean Wave* yang sedang terjadi khususnya yang akan diteliti yakni di Gampong Hagu Teungoh. Remaja-remaja ini juga tak jarang mengikuti *fans club* dan komunitas Korea lainnya agar mereka dapat berkumpul dan berkomunikasi baik dari media online ataupun tatap muka langsung satu sama lain, saat berkumpul biasanya mereka akan membicarakan hal apapun seputaran korea seperti Film Korea, drama Korea, Fashion, kosmetik ataupun *music vidio boyband/girlband* Korea yang mereka sukai dengan begitu mereka bisa saling bertukar informasi dan update terbaru.

Fachri seorang remaja laki-laki yang mengikuti budaya *Korean wave* salah satunya *k-pop* dan *drakor*, saat ini menurutnya *k-pop* dan *drakor* menambah wawasan tentang bagaimana negara lain berkembang, dan bagaimana budaya luar selain Indonesia tercipta. Fachri mengatakan selama dia mengikuti tren *k-wave* ini dia lebih mengetahui bagaimana budaya negara korea dan mulai mendapatkan banyak teman dari dunia maya yang sama-sama menyukai *Korean wave* ini.⁷

Ulan salah satu remaja yang sudah lama mengikuti budayak-wave, dia mengatakan bahwa ketika mengisi waktu luang jika selesai mengerjakan pekerjaan rumah, dia menonton series drama, dan film

⁷Fachri, Remaja Gampong Hagu Teungoh, wawancara, kota Lhokseumawe, tanggal 19 Maretl 2024.

korea. Menurutnya film dan drama korea mempunyai *taste* yang lebih tinggi ketimbang sinetron dan film Indonesia, semasanya tinggal di medan dia sering mengikuti perkumpulan *fanbase* seperti *vip* medan dan *inspirit* medan, *vip* dan *inspirit* sendiri merupakan nama *club fans* dari *boyband bigbandan infinite*, disana ketika berkumpul para club atau komunitas membicarakan tentang keseharian artis korea, jadwal perform dan lain-lain. Bahkan pula ulan berhubungan dengan temannya di media sosial yg sama-sama menyukai budaya *Korean Wave* seperti aplikasi twitter, Instagram, whatsapp, goodnight dan lain-lain. Menurutnya media online sangat membantunya untuk berkomunikasi dengan teman-temannya dan ketika berkomunikasi pun bisa menambah beberapa kalimat bahasa korea dan terobsesi untuk mempelajari bahasa Koreayang menganggap dapat menambah pertemanan yang banyak dan baik.⁸

Dengan masuknya fenomena budaya Korea ke Indonesia khususnya Aceh Gampong Hagu Teungoh kota Lhokseumawe, hal ini tentu akan sangat berpengaruh kepada gaya hidup remaja tersebut.

KAJIAN TEORI

Fenomena Budaya

Berawal dari bahasa Yunani yaitu "*phainomenon*" muncullah bahasa fenomena yang artinya apa yang terlihat juga mempunyai arti lain seperti fakta atau kenyataan, sebuah gejala dari kejadian dan sesuatu hal yang bisa dirasakandengan panca indra. Bahkan seperti hal mistik dan klenik juga dapat dikatakan sebagai fenomena, fenomena berarti suatu hal yang luar biasa, fenomena berlangsung di seluruh tempat yang dapat diamati oleh manusia, sesuatu peristiwa merupakan sebuah fenomena. Karena menggambarkan suatu hal yang bias dilihat adanya. Sebuah benda juga menghasilkan kondisi maupun perasaan yang terbentuk dari keberadaannya fenomena serta merupakan rangkaian kejadian dan bentuk keadaan yang bisa

⁸ulan, Remaja Gampong Hagu Teungoh, wawancara, kota Lhokseumawe, tanggal 13 April 2024

diamati serta dilihat melalui kaca mata ilmiah ataupun melalui disiplin dari ilmu tertentu. Di dalam isi Kamus Besar Bahasa Indonesia, fenomena merupakan hal yang bisa dilihat dengan pancaindra serta bisa diterangkan secara ilmiah ataupun kejadian yang tidak bisa diabaikan.

Diterangkan jika persamaan dari fenomena merupakan gejala yang artinya keadaan, peristiwa ataupun kondisi yang harus diperhatikan dan adakalanya menunjukkan sesuatu yang akan terjadi. Karena itu dari pengertian tersebut bisa diartikan bahwasannya fenomena merupakan sesuatu kejadian yang tidak lumrah terjadi di lingkungan masyarakat yang dapat diamati dan dilihat juga dirasakan oleh manusia itu sendiri sehingga menarik untuk diteliti serta dikaji kondisinya secara ilmiah.

Sedangkan budaya Budaya adalah cara hidup dan berkembang yang telah dimiliki secara bersamaan oleh masyarakat yang telah diwariskan dari generasi ke generasi. Seorang ahli antropologi *Ralph Linton*, mengatakan bahwasanya sebuah kebudayaan bisa mempengaruhi prilaku dari suatu masyarakat yang disebutnya sebagai "*way of life*". Dari penafsiran tersebut bagaimana metode yang digunakan oleh orang untuk dapat hidup melainkan juga bagaimana mereka memakai cara metode berfikir "*way of thinkin*", cara untuk berbuat "*way of doing*" serta cara merasakan "*way of felling*". Karena itu dijelaskan jika budaya dijadikan fenomena oleh banyak individu ataupun masyarakat kedalam bentuk gaya hidup atau perilaku. Bentuk dari kebudayaan juga menjadi dua macam yakni kebudayaan elit atau kebudayaan tinggi dan kebudayaan populer alias *pop culture*.

Kebudayaan elit merupakan budaya yang dihasilkan dari pemikiran kaum elit, menyangkut pengetahuan dari pola pikir, serta nilai-nilai yang membentuk sikap manusia. Budaya populer menjadi budaya yang lahir karena kehendak dari media-media yang mempunyai kemampuan dan keahlian untuk memproduksi masyarakat dan budaya untuk menyerap budaya tersebut sebagai

budayanya sendiri. Menurut Koendjaraningrat beliau menyebutkan bahwa ada 7 unsur dari kebudayaan, beliau mengatakannya sebagai kebudayaan yang *universal*. Kata universal ditunjukkan bagaimana unsur dari sebuah kebudayaan tersebut bersifat *universal* (luas/umum) juga bisa ditentukan kedalam kebudayaan dari seluruh bangsa yang tersebar dari berbagai penjuru dunia. ke 7 unsur budaya yakni:⁹ Kesenian, Sistem Teknologi dan Peralatan, Sistem Organisasi Masyarakat, Sistem Mata Pencaharian hidup dan Ekonomi, Sistem Pengetahuan dan Sistem Religi. Dalam hal yang akan dikaji ini ada suatu fenomena budaya yang sedang berkaitan dengan budaya *korean wave* dimana dalam realitas sosial masyarakat.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan penelitian kualitatif, penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata yang tertulis dan juga lisan dari orang-orang yang berperilaku/ prilakunya dapat diamati.¹⁰ seperti kata *Moleong*, penelitian kualitatif ini merupakan penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dipahami sendiri oleh subyek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.¹¹

Menurut *Kirl* dan *Miller*, penelitian kualitatif merupakan tradisi tertentu didalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia, baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya. Berdasarkan beberapa definisi di

⁹Koendjaraningrat, *Antropologi Budaya*, Cet. I, (Jakarta: Rineka Cipta, 1990), hlm.18.

¹⁰ Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, (Yogyakarta: Teras 2011), hlm.64.

¹¹Lexy J. Moeloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Roskadaya, 2009), hlm. 6

atas, dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif merupakan suatu prosedur penelitian yang dilakukan agar dapat mengungkap gejala secara holistik-kontekstual yang menghasilkan data deskriptif pada suatu konteks khusus dengan memanfaatkan berbagai metode dan bergantung pada pengamatan. Dari pengamatan empiris didapat bahwa sebagian besar laporan penelitian dilakukan dalam bentuk deskriptif, metode penelitian kualitatif deskriptif sangat berguna untuk mendapatkan variasi permasalahan yang berkaitan dengan bidang pendidikan maupun tingkah laku manusia yang memiliki relevansi terkait *Korean wave*.

Penelitian deskriptif merupakan suatu metode penelitian yang menggambarkan semua data atau keadaan objek maupun objek penelitian, kemudian dianalisis dan dibandingkan berdasarkan kenyataan yang sedang berlangsung pada saat ini dan selanjutnya mencoba untuk memberikan pemecahan masalahnya dan dapat memberikan informasi yang mutakhir sehingga bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan serta lebih banyak dapat diterapkan pada berbagai masalah. Penelitian deskriptif secara garis besar merupakan kegiatan penelitian yang hendak membuat gambaran atau mencoba mencandra suatu peristiwa atau gejala secara sistematis factual dengan penyusunan yang akurat.¹²

Penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling* atau *judgmental sampling*, penarikan sampel secara *purposive* merupakan cara penarikan sample yang dilakukan memilih subjek berdasarkan kriteria spesifik yang ditetapkan peneliti. pengumpulan data menggunakan teknik atau cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data serta instrument melalui pengumpulan data melalui alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut

¹² Supardi, *Metodelogi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, (Yogyakarta: UII Press, 2005), hlm. 28.

menjadi sistematis dan lebih mudah.¹³ Dalam penelitian ini peneliti bertindak sebagai instrumen sekaligus sebagai pengumpul data prosedur yang dipakai dalam dalam pengumpulan data yaitu:

1. Observasi, merupakan teknik pengumpulan data yang dapat dilakukan melalui pengamatan dengan disertai pencatatan pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran.¹⁴ Dalam hal ini peneliti akan melakukan pengamatan langsung berkaitan dengan fenomena budaya Korea, dari hal tersebut peneliti mengkaji tentang fenomena budaya korea serta perubahan gaya hidup ranak remaja dalam keadaan sehari-hari.
2. Wawancara, merupakan metode pengumpulan data dengan cara bertanya langsung dan berkomunikasi langsung dengan responden. Dalam wawancara terdapat proses interaksi antara pewawancara dengan responden.¹⁵ wawancara secara garis besardi bagi menjadi dua yakni wawancara tak terstruktur dan wawancara terstruktur. Wawancara tak struktur sering juga disebut wawancara mendalam, wawancara intensif, wawancara kualitatif, dan wawancara terbuka (*open ended interview*) wawancara *etnografis*. sedangkan Wawancara terstruktur sering juga disebut wawancara baku (*Standardized interview*) yang pertanyaannya sudah ditetapkan sebelumnya (biasanya sebagai tertulis) dengan pilihan pilihan jawaban Yang sudah disediakan.¹⁶ Wawancara ini di tunjukan untuk menggali fenomena budaya koreanterhadap remaja yang ada di

¹³ Ridwan, *Statiska Untuk Lembaga dan Instansi Pemerintah/swasta*, (Bandung: Alfabeta,2004),hlm. 137.

¹⁴ Fatoni Abdurrahman, *Metodologi penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: PT. Rinekha cipta, 2006),hlm. 104-105.

¹⁵*Ibid.*, hlm,92.

¹⁶ Dedi Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Rosda,2006),hlm. 120.

Gampong Hagu Teungoh.

3. Dokumentasi, teknik dokumentasi dipergunakan untuk melengkapi sekaligus menambah keakuratan kebenaran data atau informasi yang dikumpulkan dari bahan-bahan dokumentasi yang ada di lapangan serta dapat dijadikan bahan dalam pengecekan keabsahan data. Analisis dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data yang bersumber dari arsip dan dokumen yang berada di tempat penelitian atau yang berada diluar tempat penelitian yang ada hubungannya dengan penelitian tersebut.¹⁷

PEMBAHASAN

Indonesia termasuk negara yang sedang terkena demam. Korea yang sudah hal ini dapat terlihat di layar televisi majalah dan juga internet di Indonesia yang sekarang berlomba-lomba untuk menayangkan atau menginformasikan seputar berita-berita Korea. Di televisi bahkan sudah banyak menayangkan tayangan-tayangan hiburan setiap harinya yang berhubungan dengan Korea, misalnya film, musik, dan infotainment. Pada dasarnya, globalisasi budaya Korea tersebut tak bisa dilepaskan dari peran media. Media membawa nilai-nilai budaya Korea ke luar negeri dan menjadi salah satu penunjang utama keberhasilannya gerakan hallyu atau globalisasi budaya korea di dunia internasional. Media yang banyak berperan dalam persebaran nilai-nilai budaya Korea pada mulanya adalah televisi, yang menangkan drama-drama Korea. Jenis media yang mengantarkan produk-produk budaya Korea ke tangan khalayak Indonesia itu pun semakin beragam, yaitu VCD, DVD, dan yang paling fenomenal, tentu saja, internet. Pada dasarnya *Korean Wave* atau Gelombang Korea adalah terjemahan dari istilah Hallyu dalam bahasa korea yang artinya adalah “ arus han”. Han ini mengacu pada *Hankuk* atau Korea. Istilah ini yang menciptakan

¹⁷*Ibid.*, hlm,134.

adalah mediamassa dari Cina tempat asal muasal semua Hallyu ini terjadi. Tepatnya saat pada tahun 1997 ada drama Korea yang pertama kali tayang di CCTV china. Hallyu dalam bahasa Inggris disebut dengan *Korean wave* yang merupakan sebuah fenomena budaya *pop Korea* yang disebarkan melalui media massa dan popularitasnya merambah ke kawasan Asia terutama di China, Taiwan, Hongkong, Jepang, Filipina Thailand, Indonesia, Vietnam, dan negara-negara di Asia Tenggara lainnya. Banyak produk budaya Korea yang populer seperti film, drama, lagu, fashion, gaya hidup, sehingga produk-produk industri ini berhasil populer didunia Kancha internasional.¹⁸ Adapun bentuk-bentuk pengaruh *hallyu/Korean wave* yang tranformasi di Indonesia, yaitu:

1. Drama Korea

Korean Drama merupakan salah satu bagian dari budaya populer Korea yang pertama kali dikenal oleh masyarakat luar Korea terutama masyarakat Indonesia.

2. K-pop,

Kepanjangannya *Korean pop (music pop korea)* adalah jenis musik populer yang berasal dari Korea Selatan. *Korean Music* ini biasanya lebih dikenal dengan *K-Pop*. Setiap orang memiliki pendapat dan rasa yang berbeda mengenai musik yang disukainya. Berbagai jenis musik memiliki nyawa untuk melengkapi keseharian orang karena di dalam musik terdapat sebuah energi yang dapat mengubah emosional seseorang. *Super Junior, SNSD, EXO, BTS, VIXX, 2Ne1, BTS dan SHINee, siapa yang tidak mengenalnya?* Tentunya semua orang mengenalnya, terutama dikalangan remaja. Sebagai remaja yang masih berstatus pelajar, mereka rela menghabiskan waktu belajarnya untuk meng-update info terbaru dari artis idolanya.

3. Film Korea

¹⁸Frulyndese K. Simbar, Fenomena Konsumsi Budaya Korea Pada Anak Muda Di Kota Manado, Jurnal Holistik, No. 18, Juli - Desember Tahun 2016

Film Korea, bersama drama TV dan musik pop, merupakan produk utama *Hallyu* yang dinikmati tidak hanya di dalam negeri, namun juga di berbagai negara. Pada awalnya, film Jepang dan film Hongkong serta film-film Taiwan mendominasi bioskop di Asia, namun dengan kehadiran *Hallyu*, film tersebut mulai tersaingi oleh film Korea yang mendominasi pasar Indonesia. Film produksi Korea Selatan dikenal karena alur ceritanya yang kuat, inovatif, kreatif dan *genre* yang bervariasi sehingga menarik banyak penonton.¹⁹

4. Reality Show

Reality show merupakan konsep baru, kreatif dan *fresh* yang membuat *reality show* Korea memiliki penggemar tersendiri yang tak kalah fanatiknya dengan fans *boyband* dan *girlband*. Bahkan saking serunya beberapa negara berlomba-lomba untuk mendapat lisensitayang dan membuat duplikatnya.

5. Korean Language (Bahasa Korea)

Annyeong haseyo (hai, apa kabar?) *Oppa* (panggilan saudara atau teman pria yang lebih tua) *Kamsahamida* (terima kasih). Katak-kata di atas telah menjadi kata-kata yang populer di kalangan anak muda atau remaja. Selain bahasa Inggris, bahasa Korea juga menjadi salah satu bahasa asing yang ingin dipelajari oleh anak remaja.

6. Korean Fashion Style

Gaya berpakaian yang dimaksud disini bukanlah "*Hanbok*" (pakaian tradisional Korea). Namun merujuk pada gaya berpakaian kontemporer yang seringkali dikenakan oleh *boyband* dan *girlband* Korea serta artis Korea lainnya. Konsep berpakaian Korea ini lebih mengutamakan padakonsep *mix-n match* yang berkarakter dengan prinsip dasar.

¹⁹Frulyndese K. Simbar, Fenomena Konsumsi Budaya Korea Pada Anak Muda Di Kota Manado, Jurnal Holistik, Tahun X No. 18 / Juli - Desember 2016

Gaya hidup Remaja

Gaya hidup secara luas dapat diartikan sebagai cara hidup yang didefinisikan oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka, apa yang mereka anggap penting didalam lingkungannya, dan Apa yang dipikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia di sekitarnya. menurut sustina gaya hidup masyarakat akan berbeda dengan masyarakat yang lainnya bahkan dari masa kemasa gaya hidup suatu individu dan kelompok masyarakat tertentu akan bergerak dinamis, namun demikian gaya hidup tidak dapat berubah sehingga Pada kurun waktu tertentu gaya hidup relatif permanen.²⁰

Gaya hidup seseorang dapat dilihat dari prilaku yang dilakukan oleh individu itu sendiri seperti kegiatan-kegiatan sehari hari. faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup dalam menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang ada dua faktor yaitu faktor yang berasal dari dalam diri sendiri individu internal dan faktor yang berasal dari luar atau eksternal faktor internal yaitu sikap pengalaman dan pengamatan kepribadian konsep diri motif.²¹

Menurut Yusuf ia mengatakan bahwa fase remaja merupakan perkembangan individu yang sangat penting yaitu diawali dengan kematangan organ-organ fisik sehingga mampu untuk memproduksi menurut *hurlock* masa remaja adalah masa peralihan dari anak-anak menuju dewasa yang mencakup kematangan mental emosi sosial dan fisik.²²

HASIL DAN PEMBAHASAN

²⁰Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: Remaja Rosda Karya,2008), hlm.145.

²¹Sabdanas yosi, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup, jurnalhasil riset e-jurnal.com, diakses,4 maret 2024

²²Yusuf, Syamsu. 2004. *Psikologi Anak dan Remaja*. (Bandung. PT Remaja Rosdakarya).hlm,148.

Budaya Korean Wave Yang Terdapat Pada Remaja Di Gampong Hagu Teungoh Lhokseumawe

Munculnya demam korea yang sering disebut dengan *Korean Wave* atau *Hallyu* memiliki 3 macam. *Korean wave* adalah istilah yang diberikan untuk tersebarnya budaya pop Korea secara global diseluruh dunia tidak terkecuali yang secara singkat mengacu pada globalisasi budaya Korea Selatan, terutama para remaja Di gampong Hagu Teungoh Lhokseumawe. Adapun adanya daya ketarikandari budaya *Korean Wave* di mata remaja, yaitu visual, konsep, dan pengemasan. *Visual*, merupakan penggambaran yang dapat terbaca oleh indera penglihatan. Mereka melihat look dan *cover Korean Wave* sebagai sesuatu yang menarik.

Contohnya, artis-artis Korea yang memiliki paras cukup tampan dan cantik, postur tubuh yang proposional hingga penampilan yang mempesona. Berdasarkan hasil wawancara yang penulis dapat daripada salah remaja Gampong Hagu Teungoh Lhokseumawe, yaitu Putri berusia 19 tahun yang menyukai budaya *Korean wave*. Putri mengenal budaya Korea karena terpengaruh oleh kakaknya pada tahun 2008 dan mulai menampakan ketertarikannya kepada *korean wave* karena melihat *boyband* Korea yang tampil di stasiun TV Cina (channel v). Saat itu dia tertarik dengan visual ketampanan asal penyanyi korea. sehingga dia mulai mencari tahu dari sang kakak itu sangat Mania dengan Korea, sampai saat ini Putri masih mengikuti tren tersebut. Putri sering membeli berbagai kosmetik atau Skin Care Korea atau sedang trend di Korea yang harganya mahal tentunya.²³

Konsep, Korean Wave memiliki konsep yang berbeda dengan hiburan yang lainnya. Musik *K-Pop* dengan konsep *boyband* dan *girlband* serta *K-Drama* dengan konsep serial dengan jumlah episode yang sedikit dan alur cerita yang unik. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan Remaja Gampong hagu teungoh

²³Putri, Remaja Hagu Teungoh, wawancara, Kota Lhokseumawe, tanggal 29 mei 2024

Lhokseumawe bahwa mengatakan, mengikuti tren *k-pop* dari tahun 2017 Fahri yang berusia 18 tahun dia tertarik untuk mengenal budaya *Korean wave* karena *boyband* nya. Ia sering mengikuti pameran Korea di Malang, dan sudah pernah mengikuti konser *k-pop* idolanya. Untuk mengisi waktu luang sehari hari ia sering menonton drama korea 6 sampai 10 jam perhari kalau tidak ada pekerjaan, selain itu ia sering mencari hal-hal terbaru mengenai hiburan korea melalui media Instagram dan twitter.²⁴

Risky femilya Elsa panggilan nama eca, salah satu remaja yang tinggal di Gampong Hagu Teungoh Komplek Kelapa Gading yang berusia 20 tahun, Eca mulai mengenal Korea di stasiun televisi Cina pada tahun 2007 yang menampilkan music video *boyband* dan *girlband* Korea Selatan, bahkan dia sering juga membeli album CD boyband yang dia sukai, hingga kini ia masih menyukai budaya *Korean wave* dan masih mengikuti trend *k-pop* yang sedang berkembang saat ini.²⁵ *Pengemasan, Korean Wave* memiliki trik yang cukup baik dalam mengemas produk budaya mereka agar lebih komersil. Konten-konten yang disajikan membuat identitas *Korean Wave* menjadi sangat berbeda dengan produk budaya dan hiburan lainnya.

K-Pop dikemas dengan sedemikian rupa untuk memusatkan perhatian para penggemar, seperti video klip dengan tema yang unik hingga packaging album musik yang tidak mainstream terdapat *photobook* dan berbagai bonus poster serta *photocard*). Sedangkan *K-Drama* dikemas dengan konsep yang sangat berbeda dengan serial-serial drama dari negara lain, yaitu cerita yang cenderung romantis-komedi, jumlah episode yang sedikit, dan sinematografi yang memikat penonton. Semakin dalam menafsirkan rasa ketertarikan tersebut, maka akan sampai pada

²⁴Muhammad Fachri Alif, remaja Hagu Teungoh, wawancara, kota lhokseumawe, april 2024

²⁵Risky femilya Elsa, remaja gampong hagu teungoh, kota Lhokseumawe, April 2024

tahap terakhir, yaitu menjadikan atau menetapkan Korean Wave sebagai hiburan bagi diri mereka masing-masing. Seperti menikmati musik *K-Pop*, menyaksikan tayangan *K-Drama*, *reality show* serta produk-produk *Korean Wave* lainnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu remaja gampong Hagu Teungoh yang bernama Julia Savana atau panggilan nama mona berusia 19 tahun ia mulai mengenal *k-wave* dari cuplikan potongan tayangan korea yang ada di Instagram dan youtube hingga ia mengoleksi film korea tersebut. Sejak saat itu ia mulai menonton film dan *variety show Korea* yang sedang booming.²⁶

Budaya *Korean Wave* Terhadap Perubahan Gaya Hidup Remaja Gampong Hagu Teungoh Lhokseumawe

Remaja Hagu Teungoh Lhokseumawe penelitian memiliki rentang umur 16-21 tahun. Pada umur tersebut merupakan masa-masa pencarian jati diri serta proses menuju sosok dewasa yang lebih matang. Remaja tersebut merupakan penggemar *Korean Wave*, banyak yang tidak menyadari bahwa secara tidak langsung, sebenarnya *Korean Wave* menjadi sebuah arena untuk membentuk gaya hidup mereka karena adanya daya ketertarikan dari budaya *Korean Wave* di mata remaja, yaitu visual, konsep, dan pengemasan. Berawal dari penafsiran terhadap produk budaya *Korean Wave* itu sendiri, hingga akhirnya memasuki proses pembentukan diri mereka menjadi penggemar yang fanatic Fanatis memerupakan landasan yang menjadikan *Korean Wave* sebagai arena untuk membentuk gaya hidup penggemarnya.

Tergambar dengan bagaimana perspektif remaja dalam melihat serta menilai *Korean Wave*, bagaimana ekspresi serta antusiasme mereka ketika menanggapi hal-hal yang berkaitan dengan *Korean Wave*, dan bagaimana mereka menceritakan kisah

²⁶Julia Savana, remaja gampong hagu teungoh, wawancara, kota Lhokseumawe, April 2024.

mereka menjadi seorang penggemar *Korean Wave*. Peneliti mengaitkan hal ini dengan apa yang dikemukakan oleh Mike Featherstone (2011), bahwa gaya hidup seseorang ialah meliputi tubuh, busana, bicara, hiburan saat swaktuluang, pilihan makanan dan minuman, rumah, kendaraan, pilihan hiburan, dan lain-lain yang dipandang sebagai indikator dari individualitas selera serta rasa gaya daripemilik/konsumen.

Berdasarkan dengan apa yang dipaparkan oleh seluruh informan, peneliti menyimpulkan bahwa gaya hidup merupakan sebuah selera. Selera adalah sebuah fenomena sosial yang merupakan akibat pergumulan antar berbagai kelompok kelas. Dari sekian banyak pilihan hiburan yang ditawarkan, mereka memilih budaya populer Korea sebagai hiburan utama. Dengan memilih *Korean Wave* sebagai hiburan, tentu sangat menggambarkan bagaimana informan menentukan selera serta gaya dari dirinya masing-masing terutama para remaja Gampong Hagu Teungoh Lhokseumawe. Aktivitas yang berkaitan dengan produk-produk *Korean Wave*, seperti mendengarkan musik, menonton drama, ataupun menonton tayangan segala bentuk yang berkaitan dengan *Korean Wave* dan lain-lainnya.

Selain memilih *Korean Wave* sebagai penunjang aktivitas yang akan dilakukan dalam keseharian, gaya hidup juga berbicara mengenai bagaimana individu menggunakan uang yang dimilikinya. Melihat apa yang sudah dipaparkan oleh informan, dengan jelas terlihat bahwa uang merupakan faktor penting dalam kehidupan mereka menjadi penggemar fanatik *Korean Wave* gaya hidup remaja Gampong Hagu Teungoh yang terbentuk akibat serangkaian proses menjadi penggemar fanatik *Korean Wave* merupakan gaya hidup yang konsumtif. Segala kegiatan konsumsi yang dilakukan, seperti mendengarkan musik *K-Pop* dan menonton drama tanpa mempertimbangkan waktu yang dipergunakan, serta membeli merchandise tanpa mempertimbangkan nilai harga dari barang tersebut, merupakan sebuah proses konsumsi yang berdasarkan

pada simbol atau tanda (*sign*). Sehingga budaya *Korean Wave* memiliki perubahan gaya hidup terhadap remaja Gampong Hagu Teungoh Lhokseumawe.

KESIMPULAN

Berdasarkan penulisan tentang fenomena budaya *Korean wave* terhadap perubahan gaya hidup remaja gampong Hagu Teungoh Lhokseumawe, maka penulis mengambil kesimpulan bahwa pada dasarnya, globalisasi budaya Korea tidak bisa dilepaskan dari peran media. Media yang banyak berperan dalam persebaran nilai-nilai budaya *Korean Wave* pada mulanya adalah televisi, yang menangkan drama, film, *k-pop* Korea. *Korean wave* adalah istilah yang diberikan untuk tersebarnya budaya Korea secara global diseluruh dunia tidak terkecuali yang secara singkat mengacu pada globalisasi budaya Korea Selatan, terutama para remaja Di gampong Hagu Teungoh Lhokseumawe.

Adapun adanya daya ketarikandari budaya *Korean Wave* di mata remaja, yaitu visual, konsep, dan pengemasan. Remaja Hagu Teungoh Lhokseumawe penelitian memiliki rentang umur 13-21 tahun. Pada umur tersebut merupakan masa-masa pencarian jati diri serta proses menuju sosok dewasa yang lebih matang. Remaja tersebut merupakan penggemar *Korean Wave*, banyak yang tidak menyadari bahwa secara tidak langsung, sebenarnya *Korean Wave* menjadi sebuah arena untuk membentuk gaya hidup mereka. Berawal dari penafsiran terhadap produk budaya *Korean Wave* itu sendiri, hingga akhirnya memasuki proses pembentukan diri mereka menjadi penggemar yang fanatik.

Selain itu bisa dilihat sisi dampak positif dan negatif dari perubahan gaya hidup remaja Hagu Teungoh Lhokseumawe pada budaya *Korean Wave* bahwa:

- 1) Mereka dapat belajar tentang bagaimana budaya baru dari negara lain sehingga mendapatkan wawasan yang luas.
- 2) Menjadikan idol dan aktris/ actor pujiannya menjadi penyemangat

dalam meraih kesuksesan.

- 3) Lebih sering aktif di sosial media sehingga dapat berbagi dan bertukar wawasan hingga mendapat teman dari berbagai daerah dan berbagai negara.
- 4) Wawasan remaja Indonesia menjadi lebih luas, dengan keinginan mereka untuk mempelajari bahasa Korea.

Dampak negatifnya adalah:

- 1) cenderung menirukan kelakuan idola dan budaya Korea yang tidak sesuai dengan adat khususnya Aceh.
- 2) Penggemar Korea yang fanatik dapat berdampak pada menurunnya rasa cinta remaja negaranya sendiri, dan Fashion, gaya dan sikap bisa terpengaruhi.
- 3) Terikatnya diri dengan budaya /produk-produk korea hingga tidak memakai dan mengkonsumsi budaya negara sendiri.
- 4) budaya *Korean Wave* menjadikan remaja boros, dan konsumtif.
- 5) Seringkali membuang-buang waktu dan menunda banyak pekerjaan
- 6) Melalaikan waktu ibadah menjadi lelet dan tidak tepat waktu.
- 7) Terlalu mencintai budaya negara orang lain dan kurangnya rasa nasionalisme dalam diri masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Sabdanas yosi, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup, jurnalhasil riset e-jurnal.com, diakses,4 maret 2024
- Fatoni Abdurrahman. (2006). *Metodologi penelitian dan teknik penyusunan skripsi*. Jakarta: PT. Rinekha cipta.
- Frulyndese K, Simbar. (2016). *Fenomena Konsumsi Budaya Korea Pada Anak Muda Di Kota Manado*. *Jurnal Holistik*. No. 18
- Kementrian Kesehatan Republik Indonesia. (2018). *Remaja Indonesia harus sehat*. Diakses dari kemkes.go.id/article.
- Dewi fitrina, memanfaatkan fenomena Korean wave, swa,1 agustus 2016 Korea culture and information service *The Korean wave: A New Pop Culture Phenomenon*. Korea: ministry of culture, spot and tourism, 2011.
- Lexy J. Moeloeng. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Roskadaya.
- Melly Ridaryanthi. (2014). *Bentuk Budaya Populer Dan Konstruksi Perilaku Konsumen Studi Terhadap Remaja*. *Jurnal*. Vol. 13
- Ridwan. (2004). *Statiska Untuk Lembaga dan Instansi Pemerintah/swasta*. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna. (2008). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Ulfah rahmayanti. (2013, February, 02). *Pengaruh demam kpop terhadap budaya Indonesia*. Diakses dari wordpress.com
- Yusuf, Syamsu. (2004). *Psikologi Anak dan Remaja*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Supardi, *Metodelogi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, Yogyakarta: UII

Fenomena Budaya Korean Wave Terhadap Perubahan Gaya Hidup Remaja
Gampong Hagu Teungoh Lhokseumawe

Press, 2005.

Koendjaraningrat. (1990). *Antropologi Budaya*. Jakarta: Rineka Cipta.

Ahmad Tanzeh. (2011). *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta:
Teras.

Dedi Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung:
Rosda,2006.