

**DAMPAK EUFORIA *HALLYU (KOREAN WAVE)* REMAJA DI KOTA
MAKASSAR TERHADAP MINAT BUDAYA KOREA SELATAN**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada Departemen
Ilmu Hubungan Internasional*

OLEH:

ZHADELA PUTRI ARISAFEL JANUAR

E061181515

DEPARTEMEN ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS HASANUDDIN

2023

HALAMAN JUDUL

SKRIPSI

**DAMPAK EUFORIA *HALLYU (KOREAN WAVE)* REMAJA DI KOTA
MAKASSAR TERHADAP MINAT BUDAYA KOREA SELATAN**

Disusun dan diajukan oleh

ZHADELA PUTRI ARISAFEL JANUAR

E061181515

*Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada
Departemen Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Hasanuddin*

DEPARTEMEN ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS HASANUDDIN

2023

HALAMAN PENGESAHAN

JUDUL : DAMPAK EUFORIA HALLYU (KOREAN WAVE) REMAJA DI
KOTA MAKASSAR TERHADAP MINAT BUDAYA KOREA
SELATAN

N A M A : ZHADELA PUTRI ARISAFEL JANUAR

N I M : E061181515

DEPARTEMEN : HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS : ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Makassar, 17 April 2023



Mengetahui :

Pembimbing I,

Prof. H. Darwis, MA, Ph.D.
NIP. 196201021990021003

Pembimbing II,

Abdul Razak Z. Cangara, S.IP, M.Si, MIR
NIK. 198909132020053001

Mengesahkan :

Ketua Departemen Hubungan Internasional,



Prof. H. Darwis, MA., Ph.D.
NIP. 196201021990021003

HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI

JUDUL : DAMPAK EUFORIA HALLYU (KOREAN WAVE) REMAJA DI KOTA MAKASSAR TERHADAP MINAT BUDAYA KOREA SELATAN

N A M A : ZHADELA PUTRI ARISAFEL JANUAR

N I M : E061181515

DEPARTEMEN : HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS : ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Telah diterima oleh Tim Evaluasi Sarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Makassar untuk memenuhi syarat-syarat guna memperoleh gelar sarjana pada Departemen Ilmu Hubungan Internasional pada hari Selasa, 21 Maret 2023.

Ketua : Prof. H. Darwis, MA, Ph.D

Sekretaris : Abdul Razaq Z. Cangara, S.IP, M.Si, MIR

Anggota : 1. Seniwati, S.Sos, M.Hum, Ph.D

2. Drs. Munjin Syafik Asy'ari, M.Si

3. Aswin Baharuddin, S.IP, MA

TIM EVALUASI

DEPARTEMEN HUBUNGAN INTERNASIONAL FISIP UNHAS

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Zhadela Putri Arisafael Januar
NIM : E061181515
Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional
Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya berjudul:

***“Dampak Euforia Hallyu (Korean Wave) Remaja Di Kota Makassar Terhadap
Minat Budaya Korea Selatan”***

Adalah karya tulisan saya sendiri dan bukan merupakan pengambil alihan tulisan orang lain bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain kecuali kutipan dari ringkasan yang setiap salah satunya telah saya jelaskan sumbernya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 17 April 2023

Yang menyatakan



Zhadela Putri Arisafael Januar

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Hasanuddin, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zhadela Putri Arisafael Januar
NIM : E061181515
Program Studi : Hubungan Internasional
Departemen : Ilmu Hubungan Internasional
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis Karya : Ilmiah

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Hasanuddin, **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**Dampak Euforia Hallyu (Korean Wave) Remaja Di Kota Makassar
Terhadap Minat Budaya Korea Selatan**

Bersama perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, Universitas Hasanuddin berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Makassar
Pada Tanggal : 17 April 2023

Yang menyatakan,



(Zhadela Putri Arisafael Januar)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT dengan kemuliaan-Nya yang telah memberikan rahmat dan hidayah, sehingga penulis dapat menulis hingga menyelesaikan skripsi yang berjudul *“Dampak Euforia Hallyu (Korean Wave) Remaja di Kota Makassar Terhadap Minat Budaya Korea Selatan”* ini dengan baik dan lancar. Tidak lupa shalawat serta salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasullullah SAW yang telah membawa dunia ini dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang-benderan seperti saat ini.

Dalam penulisan hingga penyelesaian skripsi ini, tentunya penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan, bimbingan, dukungan baik secara moril maupun materri serta saran dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua penulis, Ayahanda **Andi Januar Jaury Dharwis**, dan **Ibunda Sari Monalisa Syam** yang tak hentinya memberikan support dan memanjatkan doa kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi hingga selesai.
2. Rektor Universitas Hasanuddin dan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik beserta jajarannya.

3. Ketua Jurusan Prodi Ilmu Hubungan Internasional, **Bapak Prof H. Darwis, MA, Ph.D** atas masukan, arahan, waktu serta saran selama proses pengerjaan skripsi ini selaku pembimbing I.
4. Kak **H. Abdul Razaq Z. Cangara, S.IP., M.Si., MIR** sebagai pembimbing II penulis yang telah bersedia memberikan bimbingan, arahan, serta saran dalam proses penulisan skripsi ini
5. Seluruh jajaran dosen Jurusan Ilmu Hubungan Internasional, terkhusus kepada **Pak Drs. Patrice Lumumba, MA., Pak Drs. Munjin Syafik Asy'ari, M.Si., Kak Aswin Baharuddin, S.IP., MA., Kak Nurjannah Abdullah, S.IP., MA., Pak Ishaq Rahman, S.IP., M.Si., Ibu Seniwati, S.Sos, M, Hum, Ph.D.,** dan segenap dosen pengampuh mata kuliah yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih dan atas ilmu, bimbingan, dan pengetahuan yang sangat berharga baik di akademik maupun non-akademik selama penulis menjadi Mahasiswa di Ilmu Hubungan Internasional Universitas Hasanuddin. Serta seluruh staf akademik Prodi Ilmu Hubungan Internasional, yakni **Bu Rahmah, Kak Dayat, Kak Ita, dan Pak Ridho.**
4. Saudara-saudara penulis yang selalu mendukung dan mendoakan kelancaran penyusunan skripsi penulis yaitu **Fadel Austin, Kak Wayan Indah** dan Adek **Pawpaw.** Serta ponakan yang sering menghibur dikala proses pengerjaan, **Kylo** dan **Kenzo** serta keluarga besar penulis.

5. Teman-teman penulis yang juga merupakan Mahasiswa Hubungan Internasional Universitas Hasanuddin Angkatan 2018, **Nabil Rizkiya, Annisa Aprilia, Dhiya Fadhillah, Wingky Raisa, Cece, Sukma, Aan, Matryd, Kiki, Afni, Afni, Astrid, Nabila, Anbar, Pute, Dinda Salsabila, Kak Faqih, Kak Isty, Lau, Iscan, Acca, Naswan** dll yang tidak sempat disebut satu persatu atas dukungan dan semangatnya selama proses pengerjaan.
6. Sahabat-sahabat penulis, **Shabby, Naya, Sasa, Sekar, Ainun, Athiyah, Dhea, Indy** atas reminder, semangat dan doanya selama proses pengerjaan.
7. Dan lagi kepada teman-teman pertongkrongan penulis yang tak henti-hentinya mengingatkan **Nabil, Nisa, Dinda, Irham, Abi, Kak Ruby Gaus, Kak Monic** atas support, doa, dukungan dan semangatnya selama proses pengerjaan.
8. Para idola-idola yang telah menghibur penulis hingga memberanikan diri mengambil judul yang berkaitan dengan mereka selama 4 tahun terakhir menjadi **Blink** dan **Army** yaitu The King of K-Pop, **BTS**, dengan anggotanya **Namjoon, Hobi, Seokjin, Yoongi, Jimin, Taehyung dan Jungkook**. Serta The Queen of K-Pop, **Blackpink**, dengan anggotanya **Jisoo, Jennie, Rose dan Lisa**.
9. Kepada senior-senior HI yang telah menyemangati selalu **Kak Rizky, Safira, Kak Yudha** teman hampir seperjuangan, dan adik-adik junior HI **Raihan** yang selalu senantiasa memberikan kabar dan informasi mengenai Pak Darwis.
10. Kepada **teman-teman K-Popers dan Close Friends Instagram** yang telah bersedia mengisi survey melalui google form yang memudahkan penulis mendapatkan hasil akhir sehingga menghasilkan skripsi ini.

11. Kepada followers-followers Instagram yang baik hati selalu senantiasa mendoakan dan menyemangati, walaupun penulis tidak hafal dan tau kalian tapi insyaa Allah, Allah Maha Melihat dan semoga Allah membalas kebaikan kalian.
12. And last but not least saya ingin berterima kasih kepada diriku sendiri, **Zhadela Putri Arisafael Januar** yang telah berusaha dan berjuang dalam penyusunan skripsi ini through thick and thin, sambil bekerja dan pantang menyerah selama prosesnya. I'll always proud of you and wish nothing but the best for you in the Future, Zhadela!

ABSTRAK

Zhadela Putri Arisafael Januar, E061181515, “Dampak Euforia *Hallyu (Korean Wave)* Remaja di Kota Makassar Terhadap Minat Budaya Korea Selatan” di bawah bimbingan **Prof. H. Darwis, MA., Ph.D** selaku pembimbing I dan **Abdul Razaq Z. Cangara , S.IP., M.Si. , M.IR** selaku pembimbing II pada Departemen Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui transformasi budaya Korea terhadap kaum remaja di Kota Makassar melalui *Hallyu (Korean Wave)* dan dampak euforia *Hallyu (Korean Wave)* kaum remaja terhadap minat budaya Korea Selatan di Kota Makassar. Metode penelitian yang digunakan adalah tipe penelitian *mix method* yaitu penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif secara bersamaan, dengan teknik pengumpulan melalui penyebaran kuisioner, wawancara dan observasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis kuantitatif-kualitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh kaum remaja di Kota Makassar yang memiliki usia 12-22 tahun dengan jumlah sampel sebanyak 148 responden.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Transformasi budaya Korea terhadap Kaum Remaja di Kota Makassar melalui *Hallyu (Korean Wave)* dapat dilihat dari mayoritas kaum remaja di Kota Makassar menjadikan mereka sebagai idola karena mereka berpenampilan menarik (42%) dibandingkan lainnya seperti dapat membuat mereka menjadi pribadi yang lebih baik (35%) dan dijadikannya sebagai panutan (23%). Adapun untuk tingkatan menyukai sang idola, kaum remaja menyukai idola mereka dengan berusaha mengumpulkan informasi mengenai mereka (62,1%), dibandingkan upaya lainnya seperti membeli produk yang berkaitan dengan idola mereka (41,2%) dan mencoba meniru mereka (15,50%). Adapun dampak Euforia *Hallyu (Korean Wave)* kaum remaja terhadap minat budaya Korea di Kota Makassar dapat dilihat dari dimensi struktural yaitu berkembang dan meningkatnya pelaku UMKM dan bisnis yang menjajakan *lifestyle*, kuliner dan produk kecantikan khas Korea Selatan di Kota Makassar, adanya pengembangan atau pembaruan hukum terkait produk asing yang dijajakan di Kota Makassar serta dimensi kultural yaitu bermunculannya penggemar *Korean Wave* baik secara individu maupun secara komunitas, bermunculannya berbagai istilah mengenai *Korean Wave* seperti *K-Pop*, *K-Drama*, *K-Food* dan sebagainya pada kalangan kaum remaja, bermunculannya iklan produk yang berkaitan dengan *Korean Wave* sebagai sarana promosi bisnis, serta bermunculannya event-event yang berkaitan dengan *Korean Wave* seperti konser, festival dan sebagainya

Kata kunci : Korean Wave, Kaum Remaja, K-Pop, K-Food, K-Beauty

ABSTRACT

Zhadela Putri Arisafael Januar, E061181515, "The Impact of Hallyu (Korean Wave) Euphoria of Adolescents in Makassar City on South Korean Cultural Interest" under the guidance of **Prof. H. Darwis, MA., Ph.D** as supervisor I and **Abdul Razaq Z. Cangara, S.IP., M.Si., M.IR** as supervisor II at the Department of International Relations, Faculty of Social and Political Sciences, Hasanuddin University.

This study aims to determine the transformation of Korean culture towards adolescents in Makassar City through Hallyu (Korean Wave) and the impact of Hallyu euphoria (Korean Wave) of adolescents on South Korean cultural interest in Makassar City. The research method used is a mix method type of research, namely research that uses qualitative and quantitative approaches simultaneously, with collection techniques through the distribution of questionnaires, interviews and observations. The data analysis technique used is quantitative-qualitative analysis. The population in this study is all adolescents in Makassar City aged 12-22 years with a sample of 148 respondents

The results of this study show that the transformation of Korean culture towards teenagers in Makassar City through Hallyu (Korean Wave) can be seen from the majority of teenagers in Makassar City making them idols because they look attractive (42%) compared to others such as being able to make them a better person (35%) and being made as role models (23%). As for the level of liking idols, teenagers like their idols by trying to gather information about them (62.1%), compared to other efforts such as buying products related to their idols (41.2%) and trying to imitate them (15.50%). The impact of Hallyu Euphoria (Korean Wave) of teenagers on Korean cultural interest in Makassar City can be seen from the structural dimension, namely the development and increase of MSMEs and businesses that sell lifestyle, culinary and beauty products typical of South Korea in Makassar City, the development or renewal of laws related to foreign products sold in Makassar City and the cultural dimension, namely the emergence of Korean Wave fans both individually and in the community, the emergence of various terms about the Korean Wave such as K-Pop, K-Drama, K-Food and so on among teenagers, the emergence of product advertisements related to the Korean Wave as a means of business promotion, and the emergence of events related to the Korean Wave such as concerts, festivals and so on

Keywords: Korean Wave, Teenagers, K-Pop, K-Food, K-Beauty

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GRAFIK.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan dan Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
D. Kerangka Konseptual.....	10
E. Operasional Variabel.....	15
F. Model Analisis Penelitian.....	15
G. Asumsi dan Hipotesis Penelitian.....	17
H. Metode Penelitian.....	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	23
A. Konsep Mengenai <i>Korean Wave</i> dan Minat Budaya.....	23
1. <i>Korean Wave</i>	23
2. Minat Budaya.....	29
B. Konsep Transnasionalisme.....	37
C. Penelitian Terdahulu.....	39
BAB III GAMBARAN UMUM.....	45
A. Perkembangan <i>Korean Wave</i> Secara Global.....	45

B. Perkembangan <i>Korean wave</i> di Indonesia.....	49
1. Sejarah <i>Korean Wave</i> di Indonesia.....	49
2. Perkembangan Euforia <i>Korean Wave</i> di Indonesia	50
C. Karakteristik Responden dan Deskripsi Variabel	53
1. Karakteristik Responden	53
2. Deskripsi Variabel	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	83
A. Transformasi Budaya Korea Terhadap Kaum Remaja di Kota Makassar Melalui <i>Hallyu (Korean Wave)</i>	83
B. Dampak Euforia <i>Hallyu (Korean Wave)</i> Kaum Remaja Terhadap Minat Budaya Korea di Kota Makassar	89
BAB V PENUTUP	103
A. Kesimpulan	103
B. Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	106

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 K-Pop Merch di Kota Makassar.....	96
Tabel 4.2 K-Food di Kota Makassar.....	97

DAFTAR GRAFIK

- Grafik 4.1 Menjadikan idola sebagai panutan yang selalu diikuti dan contoh **Error! Bookmark not defined.**
- Grafik 4.2 Menjadikan idola sebagai panutan karena dapat membuat menjadi pribadi yang lebih baik **Error! Bookmark not defined.**
- Grafik 4.3 Menjadikan idola karena berpenampilan menarik **Error! Bookmark not defined.**
- Grafik 4.4 Menyukai idola sehingga berusaha menirunya**Error! Bookmark not defined.**
- Grafik 4.5 Menyukai idola sehingga berusaha untuk mengumpulkan informasi mengenai mereka..... **Error! Bookmark not defined.**
- Grafik 4.6 Menyukai idola sehingga berusaha membeli barang atau produk tren yang berkaitan dengan idola **Error! Bookmark not defined.**
- Grafik 4.7 Menyukai budaya Korea Selatan (K-Pop, K-Food, K-Beauty) karena penasaran **Error! Bookmark not defined.**
- Grafik 4.8 Menyukai budaya Korea Selatan (K-Pop, K-Food, K-Beauty) karena keinginan untuk mempelajari dan menikmatinya .**Error! Bookmark not defined.**
- Grafik 4.9 Menyukai budaya Korea Selatan (K-Pop, K-Food, K-Beauty) karena teman-teman menyukainya **Error! Bookmark not defined.**
- Grafik 4.10 Menyukai budaya Korea Selatan (K-Pop, K-Food, K-Beauty) karena pengaruh lingkungan sekitar **Error! Bookmark not defined.**
- Grafik 4.11 Menyukai budaya Korea Selatan (K-Pop, K-Food, K-Beauty) karena merasa puas/senang ketika menikmati atau menggunakannya **Error! Bookmark not defined.**
- Grafik 4.12 Merasa senang mempelajari hal-hal berbau budaya Korea Selatan (K-Pop, K-Food, K-Beauty)..... **Error! Bookmark not defined.**

- Grafik 4.13 Selalu memutar musik dan video berkaitan dengan idola **Error! Bookmark not defined.**
- Grafik 4.14 Selalu mengikuti gaya hidup idola **Error! Bookmark not defined.**
- Grafik 4.15 Selalu mengikuti trend yang berkaitan dengan idola .. **Error! Bookmark not defined.**
- Grafik 4.16 Selalu membeli jajanan kuliner khas Korea Selatan ... **Error! Bookmark not defined.**
- Grafik 4.17 Suka dan selalu mengajak teman untuk membeli dan mengonsumsi kuliner khas Korea Selatan **Error! Bookmark not defined.**
- Grafik 4.18 Selalu membeli dan memakai produk kecantikan khas Korea Selatan **Error! Bookmark not defined.**
- Grafik 4.19 Selalu mengajak dan merekomendasikan produk kecantikan khas Korea Selatan **Error! Bookmark not defined.**
- Grafik 4.20 Mengetahui produk kecantikan khas Korea Selatan **Error! Bookmark not defined.**
- Grafik 4.21 Bentuk Transformasi Budaya Korea di Kota Makassar.....87

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Hallyu atau *Korean Wave* adalah istilah yang sering digunakan untuk mendefinisikan penyebaran budaya Korea Selatan di seluruh dunia. *Hallyu* mulai menyebar di berbagai daerah Asia, seperti China, Hongkong, dan Taiwan hingga pengaruhnya pun sampai ke negara Jepang dan berbagai negara-negara di Asia Tenggara seperti Indonesia, Singapura, Thailand, dan lainnya. Menurut Sella (2013:2) *Hallyu* adalah budaya yang mengacu pada popularitas budaya Korea Selatan di luar negeri dan menawarkan hiburan terbaru yang mencakup film dan drama, musik pop, animasi, *games* dan sejenisnya. Menurut Septyarti (2011:16) *Hallyu* merupakan istilah yang dipopulerkan media China untuk merujuk pada budaya pop dan hiburan Korea Selatan meliputi film, drama seri, musik, dan *fashion* yang berhasil mempengaruhi negara-negara lain. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa *Hallyu* adalah istilah yang digunakan untuk mendefinisikan fenomena popularitas dari budaya Korea Selatan yang termanifestasikan dalam berbagai bentuk seperti film, musik, dan sebagainya.

Sehubungan dengan hal tersebut, pada era modern saat ini, teknologi informasi dan komunikasi telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal ini juga menjadi faktor besar semakin mudahnya manusia mengakses

informasi dan berinteraksi satu sama lain tanpa mengenal batas. Kemudahan yang ditawarkan perkembangan teknologi tersebut memungkinkan terjadinya pertukaran informasi yang melintasi batas wilayah, salah satunya adalah penyebaran budaya. Penyebaran budaya yang didukung dengan perkembangan globalisasi dan disertai jejaringan sosial seperti Twitter, Instagram, Facebook hingga Youtube telah membuat proses penyebaran budaya menjadi lebih efektif. Salah satu penyebaran budaya yang saat ini meningkat sangat pesat, yakni budaya Korea Selatan bahkan popularitasnya bisa dikatakan telah mengalahkan dominasi budaya barat di hampir seluruh penjuru dunia.

Fenomena *Hallyu* yang terjadi saat ini menyebar di hampir seluruh penjuru dunia. Tidak hanya wilayah penyebaran yang luas, hampir semua usia, mulai dari anak-anak hingga dewasa yang berasal dari berbagai negara saat ini terpengaruh dengan keberadaan budaya Korea Selatan ini. Hal ini ditunjukkan dengan gaya hidup sehari-hari seperti gaya berpakaian, musik, perfilm-an, hingga makanan yang dikonsumsi sehari-hari. Adapun salah satu bentuk dari *Hallyu* yang berkembang adalah *K-Food*, *K-Beauty*, dan *K-Pop*.

K-Food atau yang dikenal sebagai *Korean Food* menjadi salah satu simbol dan budaya bagi masyarakat Korea Selatan. *K-Food* merupakan istilah untuk menyebutkan makanan khas buatan Korea. Munculnya *K-Food* di berbagai tontonan Korea seperti drama, variety show, reality show, dll

membuat K-Food mulai dikenal diberbagai negara. Hal tersebut menjadikan pemerintah Korea Selatan sebagai strategi peningkatan ekonomi. Salah satu contoh K-Food yang sering ditemui adalah Kimchi, Jjajangmyeon, Bulgogi, Gimbap, dan lainnya.

K-Beauty merupakan singkatan dari *Korean Beauty* yakni segala sesuatu seputar kecantikan, perawatan kulit, kosmetik hingga *makeup* yang berasal dari Korea Selatan. Penggunaan *Brand Skincare* dan *Makeup* dari Korea Selatan ini telah menciptakan tren yang dapat meningkatkan standar kecantikan Korea secara global karena praktik skincarenya sehingga membuat *K-Beauty* lebih dikenal dipenjuru dunia, terutama dalam praktiknya memasarkan melalui aktor *K-Pop*, atau melalui tontonan Korea seperti Drama, *reality show*, dan sebagainya.

Korean Pop atau *K-Pop* adalah jenis musik Korea Selatan populer yang mencakup berbagai genre seperti *hip hop*, *pop*, *rock*, *electro pop*, dan *R&B*. Keberadaan *K-Pop* berpengaruh besar pada perkembangan *Korean Wave* yang tengah *booming* di berbagai Negara. Musik pop Korea, atau *K-pop*, telah menjadi salah satu bentuk budaya pop yang paling dinamis didistribusikan di pasar pop global melalui jaringan distribusi sosial ini. *Hallyu* telah secara luas diakui dan dianut sejak awal 2000-an oleh Asia dan, sampai batas tertentu, khalayak global.

Salah satu negara yang terkena dampak dari *Hallyu* secara ekstrem adalah Indonesia. Dampak tersebut tentu akan mempengaruhi tingkat konsumsi masyarakat terhadap produk *Korean Wave* serta dampaknya secara budaya seperti perilaku dan sebagainya. Di Indonesia, peningkatan angka masyarakat yang terkena dampak *Hallyu* ini dapat dilihat dari semakin banyaknya masyarakat yang membeli dan menggunakan produk asal Korea Selatan. Selain itu, menurut Firdani (Firdani, 2019) yang menemukan bahwa penggemar drama Korea memiliki persepsi yang mengesankan terhadap Korea dan produknya, karena produk mereka biasanya terikat dengan Drama TV Korea, sehingga umumnya sebagian besar dari mereka akan mengkonsumsi produk tersebut dan berpikir bahwa semua produk yang dibuat di Korea Selatan memiliki kualitas yang baik.

Saat ini Indonesia dikenal sebagai rumah bagi jutaan penggemar budaya Korea Selatan. Pada tahun 2019 misalnya, twitter mengumumkan bahwa Indonesia berada di peringkat ke-3 negara yang paling aktif terkait pembahasan *K-Pop* setelah Thailand dan Korea Selatan sendiri (Sarajwati, 2020). Begitu pula di platform Youtube, Indonesia menjadi negara yang menempati posisi ke-2 untuk penayangan video *K-Pop* dengan persentase 9,9% (Sarajwati, 2020). Kepopulerannya pun meningkat seiring dengan munculnya bakat-bakat baru yang mampu memikat masyarakat, khususnya anak remaja. Bahkan, sebagian besar masyarakat yang menyukai budaya Korea Selatan adalah kaum remaja.

Kaum remaja merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan masyarakat yang berada diantara umur 12-13 tahun hingga usia 20-an. Menurut WHO, remaja adalah suatu masa ketika individu mulai menunjukkan tanda-tanda seksual, mengalami perkembangan psikologis dan pola identifikasi dari kanak-kanak menjadi dewasa, dan ketika individu mengalami peralihan dari ketergantungan sosial ekonomi yang penuh kepada keadaan yang relative lebih mandiri. (Sarwono, 2006). Adapun Menurut Santrock (2003) usia remaja berada pada rentang 12-23 tahun. Berdasarkan batasan-batasan yang diberikan para ahli bahwa mulainya masa remaja relatif sama. Remaja adalah masa yang penuh dengan permasalahan. Pendapat ini sudah dikemukakan jauh pada masa lalu yaitu diawal abad ke-20 oleh bapak psikologi Remaja yaitu Stanley Hall pada saat itu bahwa masa remaja merupakan masa badai dan tekanan (*Storm and Stress*). Dalam hal ketergantungan sosial ekonomi, kaum remaja biasanya melakukan hal yang relatif lebih mandiri untuk menunjukkan jati diri mereka. Selain itu, keberadaan serta peran kaum remaja bagi suatu negara tentu akan berdampak secara tidak langsung bagi masa depan suatu negara sehingga dampak yang dihasilkan dari budaya luar kepada kaum remaja perlu menjadi perhatian untuk kedepannya.

Selain itu bukti nyata *euphoria Hallyu* yang tersebar di Indonesia adalah banyaknya *event* yang berkaitan dengan budaya Korea, misalnya

nonton bareng konser, perayaan ulang tahun artis Korea, kompetisi *dance* korea, festival budaya Korea pada umumnya hingga festival makanan di berbagai daerah di Indonesia. Salah satu daerah yang juga memiliki *euphoria Hallyu* yang tinggi adalah Kota Makassar.

Salah satu *event* besar yang pernah diadakan di Kota Makassar dalam bidang kuliner Korea Selatan yakni Korean Street Food Festival yang berlangsung pada tanggal 24 sampai 29 Mei 2022 bertempat di Nipah Mall Makassar dimana acara tersebut merupakan program bulanan Nipah Park yang bertajuk “*Discover South Korea*” yang dianggap berhasil mencuri perhatian dunia beberapa tahun belakangan ini. Sedangkan dalam bidang musik atau *K-Pop* sudah sering ditemukan di berbagai acara yang diselenggarakan beberapa event organizer di Makassar, seperti *K-Pop Dance Competition* yang sering ditemui di mall-mall besar. Salah satu contoh event besar yang diadakan di Kota Makassar yaitu *Batik K-Pop, First Mix Culture Event* yang diselenggarakan oleh Mister Event Makassar dan Novotel Hotel Makassar pada tanggal 24 Juli 2022 lalu yang dimana acara tersebut juga ikut mempromosikan budaya Korea Selatan seperti *Hanbook Photobooth, K-Pop Dance Competition, Food Bazaar*, dan games lainnya.

Dalam bidang bisnis, bukti kuat besarnya pengaruh Korea Selatan yang masuk di Kota Makassar ditandai dengan usaha seperti *onlineshop* yang menjual *merchandise Korean Wave* dan pakaian import dari Korea Selatan mulai bermunculan di wilayah Makassar. Makassar sendiri adalah salah satu

kota yang berada di kawasan timur Indonesia yang memiliki tingkat perekonomian yang tinggi. Tingginya angka perekonomian tentu akan mempengaruhi bagaimana pengaruh *Korean Wave* terhadap minat budaya masyarakat Kota Makassar terhadap budaya Korea Selatan sebagai dampak dari *Korean Wave*.

Bahkan, setelah adanya pandemi yang melanda dunia internasional lebih dari setahun terakhir tidak menjadi penghalang berkembangnya budaya Korea Selatan ini. Sebaliknya, fenomena *Hallyu* ini meningkat pesat karena aktivitas-aktivitas diluar rumah menjadi berkurang, sehingga orang-orang yang tinggal dirumah mencari hiburan untuk mengisi waktu, salah satunya adalah dengan menonton acara dan mendengar musik K-Pop, menonton serial K-Drama, dan lain sebagainya.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk meneliti mengenai *Euforia Hallyu* yang terjadi di Kota Makassar terkhusus pada kalangan kaum remaja. Dengan demikian penulis mengangkat sebuah penelitian dengan judul **“Dampak Euforia *Hallyu* (*Korean Wave*) Remaja di Kota Makassar terhadap Minat Budaya Korea Selatan”**

B. Batasan dan Rumusan Masalah

Untuk memudahkan pembahasan skripsi ini, penelitian ini akan berfokus pada bagaimana dampak *Hallyu/Korean Wave* sebagai fenomena

transnasional mendorong minat kaum remaja di Kota Makassar terhadap budaya Korea Selatan di bidang *K-Pop*, *K-Food* dan *K-Beauty*. Dalam penelitian ini pun, peneliti fokus kepada kaum remaja di Kota Makassar yang berusia 10-23 tahun menurut para ahli yaitu Santrock (2003). Adapun penjelasan secara spesifik mengenai metode penelitian akan dibahas dalam bagian selanjutnya dalam penelitian ini.

Selain itu, minat budaya yang dimaksud dalam penelitian kali ini adalah minat kaum remaja terhadap budaya Korea Selatan di bidang *K-Pop* (*BTS*), *K-Food* dan *K-Beauty* yang ada di Kota Makassar. Oleh karena itu, untuk melihat dampak yang dihasilkan dari *Korean Wave/Hallyu* maka penulis akan meneliti dampak yang dihasilkan dari fenomena *Korean Wave/Hallyu* dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif melalui penyebaran kuisioner terhadap kaum remaja di Kota Makassar.

Dengan pembatasan masalah ini, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana transformasi budaya Korea terhadap kaum remaja di Kota Makassar melalui *Hallyu* (*Korean Wave*)?
2. Bagaimana dampak Euforia *Hallyu* (*Korean Wave*) kaum remaja terhadap minat budaya Korea Selatan di Kota Makassar?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada di atas, maka tujuan dari penelitian ini dijabarkan sebagai berikut, yakni:

1. Untuk transformasi budaya Korea terhadap kaum Remaja di Kota Makassar melalui *Hallyu (Korean Wave)*?
2. Untuk mengetahui dan menganalisis dampak Euforia *Hallyu (Korean Wave)* terhadap minat budaya Korea di Kota Makassar.

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Manfaat Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat pemahaman mengenai dampak Euforia *Hallyu (Korean Wave)* kaum remaja terhadap minat budaya Korea Selatan di Indonesia, khususnya yang terjadi di Kota Makassar.

2. Manfaat Akademik

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi dan menjadi bahan referensi, khususnya kepada akademisi dan juga pemerhati fenomena mengenai dampak dari Euforia *Hallyu (Korean Wave)* Kaum Remaja terhadap minat budaya Korea Selatan di Indonesia, khususnya yang terjadi di Kota Makassar.

3. Manfaat Praktis

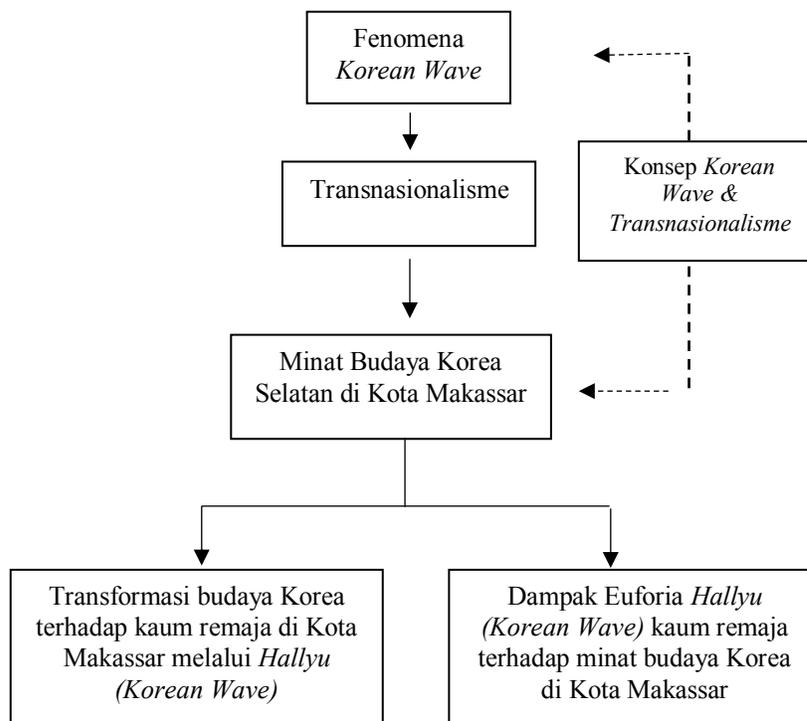
Penelitian ini diharapkan bisa menjadi acuan berpikir dalam mengkaji dan menganalisis fenomena *Hallyu (Korean Wave)* dan

pengaruhnya terhadap perkembangan minat budaya Korea Selatan yang ada di Kota Makassar.

D. Kerangka Konseptual

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan Konsep *Korean Wave*, dan konsep transnasionalisme dalam menganalisis dampak dari Euforia *Hallyu* (*Korean Wave*) Remaja di Kota Makassar terhadap minat budaya Korea Selatan ini, khususnya yang terjadi di Kota Makassar. Adapun kerangka pikir dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

Bagan 1.1 Kerangka Pikir



Untuk mempermudah penelitian, penulis akan menjabarkan mengenai konsep yang akan digunakan dalam menganalisis penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. *Korean Wave*

Menurut Yecies (Reimeingam, 2014) “*Hallyu is an intensive and extensive wave of popular Korean Culture.*” (*Hallyu* adalah sebuah gelombang yang kental dan luas dari budaya populer Korea. Selain itu, *Pop Culture* atau dikenal dengan budaya populer mengacu pada kepercayaan dan praktik, dan objek di mana mereka diatur, yang dibagikan secara luas di antara suatu populasi. Ini termasuk kepercayaan rakyat, praktik dan objek yang berakar pada tradisi lokal, dan kepercayaan massa, praktik dan objek yang dihasilkan di pusat politik dan komersial. Ini termasuk bentuk-bentuk budaya elit yang telah dipopulerkan serta bentuk-bentuk populer yang telah diangkat ke tradisi museum. (Badley, 2010)

Selain itu terdapat beberapa indikator dari *Korean Wave*. Menurut Ariffin, indikator dari *Korean Wave* yaitu:

a. *Role Model* (Panutan)

Sesuatu/seseorang/tokoh yang dijadikan panutan, yang lalu diikuti dan dicontoh. Teladan sejati adalah mereka yang memiliki kualitas yang ingin kita miliki dan mereka yang telah

mempengaruhi kita dengan cara yang membuat kita ingin menjadi orang yang lebih baik. (Nor Hashimah Jalaludin, 2011)

b. *Expression of Idolization* (Ekspresi dari Pemujaan)

Ekspresi atau bisa disebut perilaku seseorang yang sangat memuja idol-nya. Ekspresi terbagi kedalam dua sub yaitu *Imitation* dan *Knowledge – Consumerism*.

- 1) *Imitation* (Peniruan) adalah seseorang meniru segala hal yang dijadikan inspirasinya.
- 2) *Knowledge and Consumerism* (Pengetahuan dan Pola Konsumsi) adalah perilaku seseorang yang mencari tahu tentang sesuatu yang menurut mereka sedang *trend* dan hal-hal yang patut dikonsumsi (Ariffin, 2013).

Selain itu terdapat beberapa karakteristik dari *Korean Wave*. Menurut Jang & Paik, karakteristik *Korean Wave* terbagi kedalam 3 hal yaitu sebagai berikut.

- a. *Korean Wave* bukanlah “*Korean*” *Wave*. *Korean Wave* adalah (*hybrid*) adopsi dari budaya tradisional Korea dan budaya Barat.
- b. Penyebaran *Korean Wave* menghasilkan dampak yang berbeda-beda dari *cross-national level*, karena serapan dari berbagai budaya Barat jadi pengaruh *Korean Wave* di tiap daerah berbeda-beda.

- c. Terdapat gerakan “*anti-korean wave*” yang signifikan (Paik, 2012).

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan konsep *Korean Wave* untuk mengidentifikasi dan menganalisis bentuk *Hallyu* (*Korean Wave*) serta media dari *Hallyu /Korean Wave* dalam mempengaruhi minat budaya Korea Selatan di Kota Makassar.

2. Konsep Transnasionalisme

Memang, di awal abad ke-21, barang, informasi, jasa, modal keuangan, dan manusia mengalir melintasi batas negara dengan kecepatan yang terus (Teixeira, 2007). Di sisi lain, transnasionalisme menyangkut pergerakan individu dan masyarakat sipil lintas (Peck, 2020) dan bagaimana peningkatan keterhubungan global memengaruhi pergerakan tersebut. Konsep transnasionalisme menunjukkan melemahnya kontrol yang dimiliki negara-bangsa atas perbatasan, penduduk, dan wilayahnya (Huff, 2022).

Transnasionalisme adalah konsep wadah dan diterapkan untuk mengungkapkan dan memahami ikatan dan aktivitas yang dikembangkan antara aktor individu, kolektif, atau pemerintah yang berada di dua negara atau lebih. ‘Paradigma transnasionalisme mendorong analisis holistik pergerakan (termasuk imigrasi tetapi juga kunjungan dan komunikasi selanjutnya), dan melampaui beberapa asumsi asimilasi dari kebijakan dan penelitian migrasi sebelumnya’ (Dunn 2010, 3).

Salah satu bentuk dari fenomena transnasionalisme adalah dengan adanya pertumbuhan budaya populer Korea yang telah memicu tingkat baru diskusi transnasionalisasi budaya populer, karena *Korean Wave* memungkinkan dalam menggeser peta budaya beberapa negara-negara barat (Jin, 2018). Transnasionalisasi dapat digambarkan sebagai 'suatu kondisi di mana orang, komoditas, dan gagasan melintasi batas-batas nasional dan tidak diidentifikasi dengan satu tempat asal' (Watson, 1997) dan *Korean Wave* telah menjadi salah satu budaya populer transnasional dengan penyebaran global yang cukup masif.

Dimana dalam era globalisasi ini, konten budaya, dan teknologi digital benar-benar teraktualisasi secara transnasionalisasi, sedangkan industri budaya menargetkan konsumen global bukan hanya penonton nasional (Yi, 2020). Fenomena Hallyu baru-baru ini, yang dikenal sebagai *Korean Wave* telah mengarahkan para pakar media, pencipta budaya, dan penggemar internasional untuk memahami evolusi historis *Korean Wave* dalam kaitannya dengan karakteristik baru, termasuk pengakuan komoditas budaya yang diekspor, perkembangan teknologi, transnasionalitas beberapa konten budaya, peran media sosial/platform digital, dan yang terpenting, penerimaannya oleh penggemar global. (Yi, 2020).

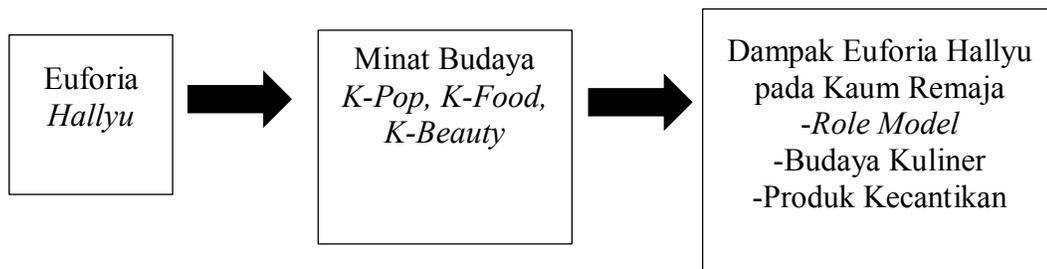
Berkaitan dengan konsep transnasionalisme, penulis menggunakan konsep ini untuk mengidentifikasi dan menganalisis

fenomena *Korean wave/hallyu* yang terjadi di Kota Makassar sebagai sebuah fenomena lintas negara.

E. Operasional Variabel

Varian Independen		Varian Dependen	Kategori	Indikator
Euforia <i>Hallyu</i> (<i>Korean Wave</i>) Remaja di Kota Makassar	Euforia <i>K-Pop</i> <i>K-Food</i> <i>K-Beauty</i>	Minat Budaya Korea Selatan di Kota Makassar	<i>Role Model</i>	Dampak terhadap: -Pola Hidup -Karakter/sikap
			Budaya Kuliner	Dampak Terhadap: -Pola/Konsumsi selera makan Kuliner Korea
			Produk Kecantikan	Dampak Terhadap: -Konsumsi produk kecantikan Korea

F. Model Analisis Penelitian



Dalam hal ini, terdapat tiga variabel dalam menganalisis fenomena *Korean Wave* dan dampaknya di Kota Makassar, yaitu variabel independen, variabel dependen dan variabel mediasi.

1. Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel yang dinilai mampu menyebabkan perubahan variabel dependen. Adapun menurut Sugiyono yang menyatakan bahwa variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab pembahasan atau tumbuhnya variabel dependen (terikat) dalam penelitian (Sugiyono, 2011). Dalam penelitian ini, variabel independen adalah Euforia *Hallyu* dengan spesifik kepada *Role Model* dan *Expression of Idolization*.

2. Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang ada karena hasil dari variabel independen itu sendiri (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini, variabel dependen adalah dampak Euforia *Hallyu* pada kaum remaja dengan spesifik kepada *Role Model*/Gaya Hidup dan diukur melalui pola hidup, karakter dan sikap kaum remaja di Kota Makassar; Budaya Kuliner dan diukur melalui pola konsumsi kuliner Korea Selatan; serta Produk Kecantikan yang diukur melalui pola konsumsi produk kecantikan Korea Selatan.

3. Variabel Mediasi

Menurut Tuckham (Sugiyono,2014) variable mediasi adalah variable yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variable dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat di amati dan di ukur. Variabel Mediasi dalam penelitian ini adalah Minat Budaya yang diukur melalui faktor internal, faktor eksternal, serta faktor emosi.

G. Asumsi dan Hipotesis Penelitian

Berdasarkan pemaparan dari peneliti sebelumnya, maka peneliti memiliki beberapa asumsi bahwa fenomena Hallyu (*Korean Wave*) merupakan sarana diplomasi budaya Korea Selatan di Indonesia yang menimbulkan euforia dan berpengaruh terhadap minat budaya Korea Selatan di Indonesia, terutama yang terjadi pada kaum remaja di Kota Makassar dan adapun terdapat beberapa hipotesis yaitu sebagai berikut:

H1: Euforia *Hallyu (Korean Wave)* berpengaruh terhadap minat budaya Korea Selatan pada kaum remaja di Kota Makassar

H2: Minat budaya berpengaruh terhadap minat budaya Korea Selatan pada kaum remaja di Kota Makassar.

H. Metode Penelitian

1. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan oleh penulis adalah tipe penelitian bercampur atau *mix method* yaitu penelitian yang menggabungkan dua bentuk pendekatan yaitu pendekatan kualitatif serta kuantitatif. Pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena melalui bentuk deskriptif, Menurut (Taylor & Bogdan) dimana mereka mengartikan bahwasanya penelitian kualitatif juga termasuk metodologi yang dimanfaatkan untuk prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif. Data deskriptif adalah data yang ditulis menggunakan kata-kata secara mendetail. Sedangkan pendekatan kuantitatif berbentuk numerik atau sistem angka yang sudah dikelompokkan sehingga menciptakan informasi mengenai suatu fenomena atau masalah, Menurut (Arikunto, 2006) mengemukakan tentang penelitian kuantitatif yakni pendekatan penelitian yang banyak menggunakan angka-angka, mulai dari mengumpulkan data, penafsiran terhadap data yang diperoleh, serta pemaparan hasilnya.

Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan data primer yaitu menurut (Sugiyono, 2018) Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Peneliti akan menggunakan data primer yaitu jenis data yang

diambil atau dikumpulkan secara langsung dari objek penelitian oleh peneliti dengan menyebarkan kuesioner melalui bantuan *Google Form* serta data sekunder melalui kajian pustaka.

Oleh karena itu, pada rumusan masalah penelitian pertama peneliti menggunakan metode kuantitatif yaitu melalui penyebaran kuisisioner untuk menganalisis persentase transformasi budaya Korea terhadap kaum remaja di Kota Makassar melalui *Hallyu (Korean Wave)*, dengan spesifikasi tiga pendekatan yaitu K-Pop, K-Food dan K-Beauty. Sedangkan pada penelitian kedua menggunakan pendekatan kualitatif/ hasil wawancara dengan berbagai pihak yang terkait dengan penelitian ini yaitu para pelaku usaha yang menjajakan produk *Korean Wave* di Kota Makassar.

2. Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2012) Teknik pengumpulan data ialah langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Berdasarkan dari cara atau metode pengumpulan data, maka cara pengumpulan data dapat dilakukan melalui kuesioner (angket) dengan \ *Google Form* Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data yang bersifat kuantitatif. Penelitian ini juga didukung dengan studi kepustakaan atau *Library Research* dan pengamatan teknologi dari *platform* digital sosial media, jurnal, buku, dokumen, artikel dari situs terpercaya.

3. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian *mix methods*, analisis data dapat dilakukan melalui analisis kuantitatif-kualitatif bertahap dimana analisis data kuantitatif diikuti dengan pengumpulan analisis data kuantitatif sebagai penerapan. Sehingga dengan bertahapnya teknik analisis data ini akan dimulai dengan mengidentifikasi kelompok melalui teknik kuantitatif yang tersedia lalu dilanjutkan dengan analisis kualitatif yang bersifat deskriptif serta menggabungkan dan menghubungkan fakta-fakta yang ada untuk membuat argumen yang sah.

4. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan unit yang menjadi objek kegiatan statistik baik berupa instansi pemerintah, lembaga, organisasi orang, benda maupun objek lainnya (Kadir, 2010).

Menurut Zannati (Zannati, 2019) terdapat dua jenis populasi yaitu populasi terbatas dan populasi tak terbatas.

- a. Populasi Terbatas (*Finite Population*) adalah populasi yang dapat dihitung jumlahnya. Namun, terkadang populasi terbatas sangat besar, sehingga dapat diperlakukan sebagai populasi tak terbatas untuk kesimpulan statistik (generalisasi). Selain itu, populasi terbatas dapat dimaknai pula sebagai populasi yang memiliki batas kuantitatif secara jelas karena memiliki karakteristik yang terbatas.

- b. Populasi tak terbatas adalah populasi yang tidak memungkinkan peneliti menghitung jumlah populasi secara keseluruhan. Selain itu, populasi tak terbatas dapat pula dimaknai sebagai populasi yang tidak dapat ditemukan batas-batasnya, sehingga tidak dapat dinyatakan dalam bentuk jumlah secara kuantitatif

Dalam penelitian ini, populasi yang dimaksud adalah seluruh kaum remaja yang memiliki usia 10- 24 tahun yang ada di Kota Makassar sehingga populasi dalam penelitian ini tergolong pada populasi tak terbatas.

Adapun sampel adalah sebagian unit populasi yang menjadi objek penelitian untuk memperkirakan karakteristik suatu populasi (Indonesia, 1997). Menurut Zannati (Zannati, 2019) sampel dapat dinyatakan sebagai sebagian dari populasi yang diambil dengan teknik atau metode tertentu untuk diteliti dan digeneralisasi terhadap populasi.

Dalam penelitian, sampel akan memiliki peranan penting, dimana mereka akan menjadi penggambaran dari populasi yang diteliti. Setelah ditentukan cara pengambilan datanya, kemudian jumlah sampel akan dihitung agar data dalam penelitian semakin valid, karena sampel akan mewakili populasi dengan lebih akurat.

Dalam penelitian ini, sampel yang dimaksud adalah 148 responden dari seluruh kaum remaja yang memiliki usia 10- 24 tahun yang ada di

Kota Makassar pada tahun 2022 dan memiliki ketertarikan dalam *K-Pop*,
K-Food dan *K-Beauty*.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsep Mengenai *Korean Wave* dan Minat Budaya

1. *Korean Wave*

Sejalan dengan berbagai ledakan produk dan gambar global, pola konsumsi masyarakat terutama kaum muda tunduk pada berbagai pengaruh. Di masa lalu musik populer Amerika, film, buku, dan mode hanya dianggap sebagai kiasan terbaik dan menjadi hiruk pikuk terutama bagi remaja, tetapi masyarakat saat ini memiliki lebih banyak pilihan untuk dipilih sebagai alternatif. Perkembangan ini telah menginspirasi Korea Selatan untuk mengkomersialkan budaya mereka sebagai komoditas paket melalui Hallyu. (Zailin Zainal Ariffin K. O., 2014).

Menurut Yecies (Reimeingam, 2014) “*Hallyu is an intensive and extensive wave of popular Korean Culture.*” (*Hallyu* adalah sebuah gelombang yang kental dan luas dari budaya populer Korea. Selain itu, *Pop Culture* atau dikenal dengan budaya populer mengacu pada kepercayaan dan praktik, dan objek di mana mereka diatur, yang dibagikan secara luas di antara suatu populasi. Ini termasuk kepercayaan rakyat, praktik dan objek yang berakar pada tradisi lokal, dan kepercayaan massa, praktik dan objek yang dihasilkan di pusat politik dan komersial. Ini termasuk bentuk-bentuk budaya elit yang telah

dipopulerkan serta bentuk-bentuk populer yang telah diangkat ke tradisi museum. (Badley, 2010).

Korean Wave atau *Hallyu* mengacu pada musik, drama, film, dan bahkan masakan mode Korea yang telah melanda dunia. Pada awalnya, budaya pop Korea menyebar secara alami ke negara-negara tetangganya. Melihat potensi besar. *Korean Wave*, pemerintah telah melakukan upaya ekstensif untuk mempertahankan dan memperkuat budaya Korea Selatan di seluruh dunia. Tindakan penguatan ini dilakukan dengan mendukung produser budaya di industri hiburan (Zailin Zainal Ariffin K. O., 2014)

Sejak pertengahan tahun 1990, budaya populer Korea telah menyebar ke negara-negara pan etnis Tionghoa termasuk Cina, Hong Kong, Taiwan, dan Singapura pada awalnya, kemudian terus menyebar ke negara-negara Asia Tenggara sebagai Vietnam, Thailand, Malaysia, dan Indonesia, diikuti oleh Mongolia, Jepang, dan bahkan di luar Asia Timur (Yang, 2012). *Korean Wave* " *Hallyu*" mengacu pada lonjakan visibilitas internasional budaya Korea, dimulai di Asia Timur pada 1990-an dan berlanjut baru-baru ini di Amerika Serikat, Amerika Latin, Timur Tengah, dan sebagian Eropa (Zailin Zainal Ariffin K. O., 2014)

Secara singkat, fenomena *Korean wave* atau *hallyu* merujuk pada fenomena gelombang budaya Korea Selatan yang dimulai pada tahun 1990-an di Asia Timur dan berkembang hingga ke Amerika, Eropa, dan Timur Tengah (Lee, 2011). Kini, istilah *Korean wave* lebih sering

digunakan untuk menjelaskan penyebaran budaya populer Korea di berbagai negara (Ju, 2010). Di Cina, sejak tahun 1990-an kepopuleran budaya Korea ditunjukkan melalui peminatan pemirsa televisi Cina (CCTV) terhadap drama televisi Korea dan musik asal Korea Selatan yang dipopulerkan pada awal tahun 2000-an oleh beberapa grup musik seperti H.O.T., NRG, Baby V.O.X. dan S.E.S.19 Di Jepang, *Korean wave* mulai berkembang sejak kepopuleran drama televisi *Winter Sonata* yang ditayangkan di stasiun televisi NHK pada periode 2003-2005 dan menimbulkan apa yang disebut media Jepang sebagai *the Yon-sama Syndrome* yang menggambarkan fenomena fanatisme para penggemar terhadap tokoh utama dalam drama televisi tersebut, Bae Yong-joon.

Namun, kebudayaan negara maju yang masuk, diserap secara masif oleh masyarakat. Ia menjadi konsumsi masyarakat secara terus-menerus hingga menjadi kebudayaan baru bagi kehidupan masyarakat tersebut. Inilah yang memicu timbulnya budaya populer atau budaya pop. Budaya pop adalah budaya yang dibentuk oleh masyarakat yang secara tidak sadar diterima dan diadopsi secara luas dalam masyarakat. Masyarakat membentuk budaya baru dari budaya-budaya yang mereka serap melalui informasi yang mereka peroleh dari kehadiran media global. Munculnya budaya pop ini, dikhawatirkan menghilangkan budaya asli suatu negara. Orang-orang bersifat konsumtif hanya untuk mengikuti trend budaya pop itu. Budaya pop ini mendorong orang untuk *up to date* agar tak

ketinggalan jaman. Baudrillard mengkritik bahwa konsumsi yang dilakukan oleh orang-orang saat ini bukanlah apa yang mereka butuhkan, namun yang mereka inginkan. Sehingga setiap orang berbagi satu kesamaan penting yakni, mereka semua seragam dalam penggunaan symbol-simbol modernitas. Keberadaan budaya pop dari negara-negara maju ini, dikhawatirkan akan mengikis kebudayaan asli negara-negara berkembang sebagai penerimanya (Ardia, 2014).

Di Asia Tenggara, negara yang paling awal mendapatkan pengaruh *Korean wave* adalah Vietnam ketika drama televisi Korea masuk pada akhir tahun 1990-an, bersamaan dengan Cina dan Taiwan. Pada tahun 2000 hingga saat ini, drama televisi Korea dan produk lainnya, terutama K-Pop, mulai diterima dan populer di negara-negara Asia Tenggara lainnya (Ju, 2010). Amerika dan Eropa baru menerima efek *Korean wave* pada pertengahan tahun 2000-an baik melalui media drama televisi dan K-Pop serta media lain seperti animasi dan games (Suryani, 2014).

Konsumsi masyarakat terhadap budaya populer berhubungan erat dengan kehadiran dan kemunculan para penggemar. Menurut Jenkins, penggemar merupakan individu yang tengah melakukan sebuah perburuan makna atas suatu produk budaya dimana pemaknaan tersebut adalah sebuah tindakan bebas yang melibatkan intelektual dan emosinya (Storey, 2006).

Berdasarkan studi Hogg dan Banister (2000) hasilnya menyatakan bahwa salah satu instrumen terpenting untuk transferal makna dan citra dari bintang pop ke remaja adalah perilaku penggemar. Menjadi penggemar melibatkan menyukai, menyukai atau dipengaruhi oleh grup pop, tetapi tidak perlu menyukai semua lagu dalam album. Selain itu terdapat beberapa indikator dari *Korean Wave*. Menurut Ariffin, indikator dari *Korean Wave* yaitu:

a. *Role Model* (Panutan)

Sesuatu/seseorang/tokoh yang dijadikan panutan, yang lalu diikuti dan dicontoh. Teladan sejati adalah mereka yang memiliki kualitas yang ingin kita miliki dan mereka yang telah mempengaruhi kita dengan cara yang membuat kita ingin menjadi orang yang lebih baik. (Nor Hashimah Jalaludin, 2011). Penampilan idola mereka telah menjadi daya tarik utama bagi selebriti K-Pop. Mereka mengklaim bahwa mayoritas artis Korea Selatan memiliki penampilan fisik yang menarik yang meliputi pakaian fashion, sepatu dan gaya rambut (Nor Hashimah and Zaharani, 2011).

Sejumlah penelitian telah mengklaim bahwa identitas peran gender adalah aspek penting dari pembentukan identitas, dan media dianggap memiliki pengaruh besar selama proses ini (Arnett et al. 1995). Studi terkait lainnya oleh Frith (1987) mengklaim konsumsi musik pop yang mencolok di kalangan remaja adalah cara untuk

mengekspresikan identitas, nilai-nilai sosial budaya atau kepercayaan mereka yang dianut oleh mereka. Selain itu, remaja juga mengambil cita-cita tentang apa artinya menjadi pria atau wanita sebagian dari media, yang menyajikan gambar-gambar cita-cita gender fisik dan perilaku melalui musik, film, televisi, dan majalah.

b. *Expression of Idolization* (Ekspresi dari Pemujaan)

Ekspresi atau bisa disebut perilaku seseorang yang sangat memuja idol-nya. Ekspresi idolaisasi dijelaskan lebih lanjut oleh tiga sub dimensi, yaitu, imitasi, pemujaan dan pengetahuan dan konsumerisme.

- 1) *Imitation* (Peniruan) adalah seseorang meniru segala hal yang dijadikan inspirasinya. Dalam budaya paling populer, tokoh-tokoh yang diidolakan berasal dari musik, olahraga, dan hiburan. Domain-domain ini dan para selebriti yang unggul di dalamnya menerima eksposur luas di media massa dan konser.
- 2) *Adoration*: Menurut Zailin Zainal Ariffin (2010) dan Raviv et al. (1995) penyembahan atau pemujaan mengacu pada kekaguman dan penghormatan yang luar biasa intens terhadap seorang berhala. Ini dapat diekspresikan dalam perilaku seperti secara aktif mengumpulkan informasi dan artefak yang

terkait dengan idola atau mencoba bertemu dengannya secara pribadi.

- 3) *Knowledge and Consumerism* (Pengetahuan dan Pola Konsumsi) adalah perilaku seseorang yang mencari tahu tentang sesuatu yang menurut mereka sedang *trend* dan hal-hal yang patut dikonsumsi (Ariffin, 2013). Pemodelan mengacu pada keinginan untuk menjadi seperti idola, yang mungkin melibatkan peniruan tokoh-tokoh yang diidolakan dengan, misalnya, menyalin pakaian, gaya rambut, ucapan, kegiatan, dan pola perilaku sosial lainnya yang terkait dengan pemodelan (Zailin Zainal Ariffin, 2010; Raviv dkk. 1995). Dengan demikian, secara umum pemodelan dapat mengambil bentuk yang berbeda, dan ekspresinya tergantung pada budaya, usia, jenis kelamin dan kondisi lingkungan.

2. Minat Budaya

Sebagaimana diketahui bahwa budaya merupakan salah satu unsur penting dalam masyarakat. Tidak dapat dipungkiri bahwa keberadaan nilai dan budaya dalam suatu masyarakat akan mempengaruhi perilaku dari masyarakat tersebut pula. Namun, keberadaan suatu nilai dan budaya dalam suatu masyarakat tertentu dapat disukai oleh beberapa masyarakat lainnya di negara lain. Hal tersebut dapat ditinjau dari banyaknya masyarakat di daerah lain yang berminat terhadap budaya masyarakat

tersebut dengan berbagai cara seperti berkunjung ke negara tersebut maupun pengaruh media atau fenomena globalisasi sehingga interaksi kebudayaan dapat terealisasikan kedalam dunia internasional secara kompherensif. Alhasil, dengan keberadaan dari minat budaya tersebut dapat berdampak terhadap masyarakat penerima budaya.

Menurut Meity (2014:9) Minat adalah sesuatu yang sangat penting bagi seseorang dalam melakukan kegiatan dengan baik, sebagai aspek kejiwaan, minat tidak saja dapat mewarnai perilaku seseorang, tetapi lebih dari itu minat mendorong untuk melakukan sesuatu kegiatan dan menyebabkan seseorang menaruh perhatian dan merelakan dirinya untuk terikat pada suatu kegiatan. Selain itu, menurut Rahmat (2018:161) minat adalah suatu keadaan seseorang menaruh perhatian pada sesuatu, yang disertai dengan keinginan untuk mengetahui, memiliki, mempelajari, dan membuktikan. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa minat adalah sesuatu yang timbul dari dalam diri seseorang atau kejiwaan seseorang terhadap sesuatu sehingga berambisi untuk mengetahui, memiliki, mempelajari dan membuktikan apa yang diinginkan tersebut.

Selain itu, menurut Hurlock (Susanto, 2013:62) bahwa ciri-ciri minat dapat diidentifikasi sebagai berikut:

- a. Minat tumbuh bersamaan dengan perkembangan fisik dan mental.
- b. Minat tergantung pada kegiatan belajar.
- c. Minat tergantung pada kesempatan belajar.

- d. Perkembangan minat mungkin terbatas.
- e. Minat dipengaruhi budaya.
- f. Minat berbobot emosional.
- g. Minat berbobot egosentris.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri minat dalam hal ini adalah minat tumbuh bersamaan dengan perkembangan fisik dan mental, minat tergantung pada kegiatan belajar, perkembangan minat, minat dipengaruhi budaya dan minat berbobot emosional.

Adapun terdapat beberapa factor yang mempengaruhi minat seseorang sebagaimana Menurut Chaplin (2008) minat dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor adalah sebagai berikut:

A. Faktor dorongan dari dalam (*internal*)

Suatu keinginan yang sifatnya berasal dari diri sendiri tanpa dipengaruhi oleh keadaan diluar diri, sehingga menimbulkan dorongan untuk bertindak memenuhi keinginan tersebut.

B. Faktor sosial (*external*)

Suatu keinginan yang sifatnya apabila keinginannya tersebut dapat dicapai akan memperoleh atau mendapat persetujuan dan dapat diterima oleh lingkungan.

C. Faktor emosi

Berkaitan erat dengan perasaan senang atau tidak senang, puas atau tidak puas. Apabila suatu keinginan tercapai atau sukses maka akan menimbulkan rasa senang dan memperkuat minat. Sebaliknya bila keinginan itu gagal maka akan menghilangkan minat itu sendiri. Berdasarkan beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa, faktor-faktor tersebut yang nantinya akan memperkuat atau memperlemah minat.

Adanya minat budaya tertentu pada masyarakat tentu akan mempengaruhi transformasi budaya pada masyarakat tersebut. Transformasi budaya secara teoritis diartikan sebagai suatu proses dialog yang terus-menerus antara kebudayaan lokal dengan kebudayaan “donor” sampai tahap tertentu membentuk proses sintesa dengan berbagai wujud yang akan melahirkan format akhir budaya yang mantap. Dalam proses dialog, sintesa, dan pembentukan format akhir tersebut didahului oleh proses inkulturisasi dan akulturasi. Di bidang kebudayaan, transformasi akan membuat anggota masyarakat sanggup melakukan penyesuaian diri secara kreatif terhadap perubahan-perubahan sosial yang di akibatkan oleh modernisasi, kemajuan teknologi, ancaman nuklir, dan penyesuaian terhadap hasil modernisasi.

Sebagaimana diketahui bahwa kebudayaan mengalami perkembangan (dinamis) seiring dengan perkembangan manusia itu

sendiri, oleh karenanya tidak ada kebudayaan yang bersifat statis. Dengan demikian, kebudayaan akan mengalami perubahan. Menurut Elly, terdapat lima faktor yang menjadi penyebab perubahan kebudayaan, yaitu

- a. Perubahan lingkungan alam
- b. Perubahan yang disebabkan adanya kontak dengan suatu kelompok lain.
- c. Perubahan karena adanya penemuan (*discovery*).
- d. Perubahan yang terjadi karena suatu masyarakat atau bangsa mengadopsi beberapa elemen kebudayaan material yang telah dikembangkan oleh bangsa lain di tempat lain.
- e. Perubahan yang terjadi karena suatu bangsa memodifikasi cara hidupnya dengan mengadopsi suatu pengetahuan atau kepercayaan baru, atau karena perubahan dalam pandangan hidup dan konsepsinya tentang realitas (Setiadi, 2008).

Transformasi budaya pun turut mempengaruhi perubahan sosial dalam masyarakat, sehingga adanya transformasi budaya akan mempengaruhi perubahan sosial budaya dalam masyarakat. Menurut Himes dan Moore, perubahan sosial mempunyai tiga dimensi yaitu sebagai berikut (Martono, 2011):

- a. Dimensi Struktural

Dimensi struktural mengacu pada perubahan-perubahan dalam bentuk struktur masyarakat, menyangkut perubahan dalam peranan,

munculnya peranan baru, perubahan dalam struktur kelas sosial, perubahan dalam lembaga sosial. Perubahan tersebut meliputi:

- 1) Bertambah dan berkurangnya kadar peranan.
- 2) Menyangkut aspek perilaku dan kekuasaan.
- 3) Adanya peningkatan atau penurunan sejumlah peranan atau pengkategorian peranan.
- 4) Terjadinya pergeseran dari wadah atau kategori peranan.
- 5) Terjadinya perubahan dari sejumlah tipe dan daya guna fungsi sebagai akibat dari struktur.

b. Dimensi kultural

Dimensi kultural mengacu pada perubahan kebudayaan dalam masyarakat. Perubahan ini meliputi:

- 1) Inovasi kebudayaan merupakan komponen internal yang memunculkan perubahan sosial dalam suatu masyarakat. Inovasi kebudayaan yang paling mudah ditemukan adalah munculnya teknologi baru. Kebutuhan masyarakat yang semakin kompleks memaksa individu untuk berpikir kreatif dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan tersebut.
- 2) Difusi merupakan komponen eksternal yang mampu menggerakkan terjadinya perubahan sosial. Sebuah kebudayaan mendapatkan pengaruh dari budaya lain yang hal tersebut

kemudian memicu perubahan kebudayaan dalam hal masyarakat yang menerima unsur-unsur budaya tersebut.

3) Integrasi merupakan wujud perubahan budaya yang relatif lebih luas. Hal ini disebabkan dalam proses ini terjadi penyatuan unsur-unsur kebudayaan yang saling bertemu untuk kemudian memunculkan kebudayaan baru sebagai hasil penyatuan berbagai unsur-unsur budaya tersebut.

c. Dimensi interaksional, mengacu pada adanya perubahan hubungan sosial dalam masyarakat. Dimensi ini meliputi:

1) Perubahan dalam frekuensi.

Perkembangan teknologi telah menyebabkan berkurangnya frekuensi individu untuk saling bertatap muka. Semua kebutuhan untuk berinteraksi dapat dipenuhi dengan memanfaatkan teknologi.

2) Perubahan Dalam Jarak Sosial.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menggeser fungsi tatap muka dalam proses interaksi. Individu tidak harus bertatap muka untuk dapat melakukan komunikasi dan interaksi secara langsung. Bahkan ketika dua individu berada di tempat yang sangat jauh mereka bisa tetap berkomunikasi meskipun dalam jarak ribuan kilometer.

3) Perubahan Perantara.

Mekanisme kerja individu dalam masyarakat modern banyak bersifat serba online menyebabkan individu tidak banyak membutuhkan orang lain dalam proses pengiriman informasi. Pada zaman dulu seorang raja yang ingin menyampaikan berita untuk kerajaan tetangga menyuruh prajurit untuk menyampaikan surat ke kerajaan tetangga tersebut. Namun pada masa modern sekarang informasi antar negara dapat langsung disampaikan tanpa melalui orang lain sebagai perantara.

4) Perubahan dari aturan atau pola.

Banyak aturan serta pola-pola hubungan yang mengalami perubahan seiring perkembangan masyarakat. Emansipasi perempuan dalam dunia kerja misalnya telah mengubah cara pandang masyarakat dalam menyikapi perempuan yang pulang malam. Bila sebelumnya perempuan yang sering keluar atau pulang malam sering dikonotasikan sebagai perempuan nakal namun sekarang masyarakat dalam memandang hal tersebut sebagai hal yang biasa, karena pada saat sekarang banyak perempuan yang bekerja sampai larut malam atau bahkan bekerja pada malam hari.

5) Perubahan dalam bentuk interaksi.

Interaksi antara individu tidak selalu dilakukan secara tatap muka. Di era sekarang interaksi dapat dilakukan kapan saja melalui media sosial

B. Konsep Transnasionalisme

Dalam memahami fenomena internasional, tidak dapat dipungkiri bahwa tiap aktor akan berinteraksi dengan aktor lainnya, baik individu, kelompok, maupun negara. Proses interaksi tersebut, tentu akan mempermudah atau menjadi media dari suatu nilai tertentu kepada negara atau actor lainnya sehingga nilai yang dibawakan akan turut mempengaruhi actor tersebut. Terlebih, fenomena globalisasi telah membuat proses tersebut menjadi semakin nyata dan terealisasikan dengan mudah.

Melihat pada masa kontemporer saat ini, barang, informasi, jasa, modal keuangan, dan manusia mengalir melintasi batas negara dengan kecepatan yang terus menerus (Teixeira, 2007). Di sisi lain, transnasionalisme menyangkut pergerakan individu dan masyarakat sipil lintas (Peck, 2020) dan bagaimana peningkatan keterhubungan global memengaruhi pergerakan tersebut. Konsep transnasionalisme menunjukkan melemahnya kontrol yang dimiliki negara-bangsa atas perbatasan, penduduk, dan wilayahnya (Huff, 2022).

Transnasionalisme adalah konsep wadah dan diterapkan untuk mengungkapkan dan memahami ikatan dan aktivitas yang dikembangkan antara aktor individu, kolektif, atau pemerintah yang berada di dua negara atau lebih. 'Paradigma transnasionalisme mendorong analisis holistik pergerakan (termasuk imigrasi tetapi juga kunjungan dan komunikasi selanjutnya), dan melampaui beberapa asumsi asimilasi dari kebijakan dan penelitian migrasi sebelumnya' (Dunn 2010, 3).

Salah satu bentuk dari fenomena transnasionalisme adalah dengan adanya pertumbuhan budaya populer Korea yang telah memicu tingkat baru diskusi transnasionalisasi budaya populer, karena *Korean Wave* memungkinkan dalam menggeser peta budaya beberapa negara-negara barat (Jin, 2018). Transnasionalisasi dapat digambarkan sebagai 'suatu kondisi di mana orang, komoditas, dan gagasan melintasi batas-batas nasional dan tidak diidentifikasi dengan satu tempat asal' (Watson, 1997) dan *Korean Wave* telah menjadi salah satu budaya populer transnasional dengan penyebaran global yang cukup masif.

Dimana dalam era globalisasi ini, konten budaya, dan teknologi digital benar-benar teraktualisasi secara transnasionalisasi, sedangkan industri budaya menargetkan konsumen global bukan hanya penonton nasional (Yi, 2020).

Fenomena Hallyu baru-baru ini, yang dikenal sebagai *Korean Wave* telah mengarahkan para pakar media, pencipta budaya, dan penggemar

internasional untuk memahami evolusi historis *Korean Wave* dalam kaitannya dengan karakteristik baru, termasuk pengakuan komoditas budaya yang diekspor, perkembangan teknologi, transnasionalitas beberapa konten budaya, peran media sosial/platform digital, dan yang terpenting, penerimaannya oleh penggemar global. (Yi, 2020).

C. Penelitian Terdahulu

Sebelum meneliti lebih lanjut, penelitian ini mencoba untuk memelihat beberapa basis analisis sebagai rujukan yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu untuk menemukan perbedaan. Adapun penelitian terdahulu yang telah dilakukan yaitu yang pertama Ulul Azmi (2019) dengan judul “Dampak *Korean Wave (Hallyu)* terhadap Perilaku Konsumen pada Mahasiswa STIE NOBEL Indonesia Makassar”, Helda Yulita (2016) dengan judul “Studi Persepsi dan Implikasi dalam Hubungan Sosial pada Mahasiswa UNHAS (Studi Kasus *Korean Wave*)”, Mileni Sinaga Toding (2021) dengan judul “Studi Motivasi di Kalangan Mahasiswa FISIP UNHAS terhadap Budaya Populer Korea”, Galuh Kinanthi Herhayyu Adi (2019) dengan judul “*Korean Wave* (Studi tentang Pengaruh Budaya Korea pada Penggemar *K-Pop* di Semarang)”, Zailin Zainal Ariffin, Khalifah Othman, Ridhuan Tee Abdullah & Wan Nor Aini Wan Mohammad Arif (2014) dengan judul “*Analyzing the Dimension of Korean Popular Culture Among Malaysian Adolescent*”serta W Fildzah Masturah (2020) dengan judul “Pengaruh Budaya *Korean Wave* dan Perilaku *Fan Entrepreneurship* terhadap Minat

Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis USU)”.

Peneliti Ulul Azmi pada tahun 2019 dengan mengambil judul “Dampak Korean Wave (*Hallyu*) Terhadap Perilaku Konsumen pada Mahasiswa STIE NOBEL Indonesia Makassar”. Permasalahan yang dibahas pada penelitian ini sejauh mana dampak dari *K-Drama*, *K-Pop*, *K-Beauty* yang merupakan instrumen dari *Hallyu* (*Korean Wave*) terhadap perilaku konsumen Mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar. Penelitian ini berfokus pada dampak *Hallyu* khususnya *K-Drama* dan *K-Beauty* terhadap perilaku konsumen mahasiswa sedangkan penelitian yang diangkat peneliti berfokus pada dampak *Korean Wave* terhadap minat budaya Korea, terkhusus *K-Pop*, *K-Food* & *K-Beauty* di kalangan remaja Kota Makassar

Penelitian terdahulu kedua dilakukan oleh Helda Yulita pada tahun 2016 dengan mengambil judul “Studi Persepsi dan Implikasi dalam Hubungan Sosial pada Mahasiswa Unhas (Studi Kasus Korean Wave)” dimana permasalahan yang dibahas pada penelitian kali ini adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa terhadap masuknya Korean Wave atau *Hallyu* (*Korean Wave*) dan bagaimana implikasi sosialnya terhadap hubungan sosial mahasiswa. Penelitian ini juga membahas perubahan-perubahan perilaku serta gaya hidup akibat menonton *K-Drama*, *K-Pop*, membeli kaset drama, dan melihatnya langsung melalui internet. Penelitian ini berfokus pada perubahan perilaku serta implikasi *Hallyu* melalui *K-Pop* kepada minat budaya Korea

mahasiswa sedangkan penelitian yang diangkat peneliti berfokus pada dampak *Korean Wave* terhadap minat budaya Korea, terkhusus *K-Pop*, *K-Food* & *K-Beauty* di kalangan remaja Kota Makassar.

Penelitian terdahulu selanjutnya dilakukan oleh Mileni Sinaga Toding dengan penelitian yang berjudul “Studi Motivasi di Kalangan Mahasiswa FISIP UNHAS terhadap Budaya Populer Korea” dimana penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui motivasi Mahasiswa FISIP UNHAS terhadap budaya populer Korea seperti *K-Drama* sekaligus konsekuensi yang dialami mahasiswa tersebut setelah mengonsumsi budaya populer Korea dan penanamannya dalam nilai yang positif bagi mahasiswa tersebut. Penelitian ini mendalami motivasi dan dampak *Hallyu* melalui *K-Drama* terhadap minat budaya korea di kalangan mahasiswa sedangkan penelitian yang diangkat peneliti berfokus pada dampak *Korean Wave* terhadap minat budaya Korea, terkhusus *K-Pop*, *K-Food* & *K-Beauty* di kalangan remaja Kota Makassar

Penelitian terdahulu selanjutnya dilakukan oleh Galuh Kinanthi Herhayyu Adi dengan penelitian yang berjudul “*Korean Wave* (Studi tentang Pengaruh Budaya Korea pada Penggemar *K-Pop* di Semarang)” dimana penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui persebaran budaya populer *Korean Wave* di dunia, bentuk *Korean Wave* di Semarang dan Pengaruh Budaya pada penggemar *K-Pop* di Semarang. Penelitian ini lebih mendalami persebaran *Korean Wave* serta mengidentifikasi bentuk dan pengaruhnya ke penggemar *K-Pop* di Semarang sedangkan penelitian yang diangkat peneliti

berfokus pada dampak *Korean Wave* terhadap minat budaya Korea, terkhusus *K-Pop, K-Food & K-Beauty* di kalangan remaja Kota Makassar

Penelitian terdahulu selanjutnya dilakukan oleh Zailin Zainal Ariffin, Khalifah Othman, Ridhuan Tee Abdullah & Wan Nor Aini Wan Mohammad Arif dengan penelitian yang berjudul “*Analyzing the Dimension of Korean Popular Culture Among Malaysian Adolescent*” dimana penelitian tersebut bertujuan untuk Explored the relationship between American popular culture and some selected aspects of consumer behaviour among Malaysian adolescents. Penelitian ini mendalami dampak *Korean wave* dengan menganalisa tingkat konsumerisme *Korean wave* di kalangan remaja yang berlokasi di Klang Valley Malaysia sedangkan penelitian yang diangkat peneliti berfokus pada dampak *Korean Wave* terhadap minat budaya Korea, terkhusus *K-Pop, K-Food & K-Beauty* di kalangan remaja Kota Makassar

Penelitian terdahulu selanjutnya dilakukan oleh W Fildzah Masturah dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Budaya *Korean Wave* dan Perilaku *Fan Entrepreneurship* terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis USU)” dimana penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh *Korean Wave* dan Perilaku *Fan Entrepreneurship* terhadap Minat berwirausaha pada Mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis USU. Penelitian ini mendalami Pengaruh *Korean Wave* dan Perilaku *Fan Entrepreneurship* terhadap Minat berwirausaha pada Mahasiswa S1

Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis USU sedangkan penelitian yang diangkat peneliti berfokus pada dampak *Korean Wave* terhadap minat budaya Korea, terkhusus *K-Pop*, *K-Food* & *K-Beauty* di kalangan remaja Kota Makassar.

Peneliti / Penulis	Judul Penelitian	Fokus Penelitian	Perbedaan Penelitian
Ulul Azmi (2019)	Dampak <i>Korean Wave (Hallyu)</i> Terhadap Perilaku Konsumen pada Mahasiswa STIE NOBEL Indonesia Makassar	Penelitian ini berfokus untuk mengetahui bagaimana dampak <i>K-Drama</i> dan <i>K-Beauty</i> terhadap perilaku konsumen pada mahasiswa	Peneliti berfokus pada dampak Hallyu khususnya <i>K-Drama</i> dan <i>K-Beauty</i> terhadap perilaku konsumen mahasiswa sedangkan penelitian yang diangkat peneliti berfokus pada dampak <i>Korean Wave</i> terhadap minat budaya Korea, terkhusus <i>K-Pop</i> , <i>K-Food</i> & <i>K-Beauty</i> di kalangan remaja Kota Makassar
Helda Yulita (2016)	Studi Persepsi dan Implikasi dalam Hubungan Sosial pada Mahasiswa UNHAS (Studi Kasus <i>Korean Wave</i>)	Penelitian ini membahas seberapa besar implikasi sosial masuknya <i>Korean Wave</i> di kalangan Asrama Mahasiswa UNHAS.	Peneliti berfokus pada perubahan perilaku serta implikasi <i>Hallyu</i> melalui <i>K-Pop</i> kepada minat budaya Korea mahasiswa sedangkan penelitian yang diangkat peneliti berfokus pada dampak <i>Korean Wave</i> terhadap minat budaya Korea, terkhusus <i>K-Pop</i> , <i>K-Food</i> & <i>K-Beauty</i> di kalangan remaja Kota Makassar
Mileni Sinaga Toding (2021)	Studi Motivasi di Kalangan Mahasiswa FISIP UNHAS Terhadap Budaya Populer Korea	Fokus penelitian ini untuk mengetahui motivasi sekaligus konsekuensi setelah mengonsumsi <i>Hallyu</i> yang berfokus pada <i>K-Drama</i>	Peneliti mendalami motivasi dan dampak <i>Hallyu</i> melalui <i>K-Drama</i> terhadap minat budaya korea dikalangan mahasiswa sedangkan penelitian yang diangkat peneliti berfokus pada dampak <i>Korean Wave</i> terhadap minat budaya Korea, terkhusus <i>K-Pop</i> , <i>K-Food</i> & <i>K-Beauty</i> di kalangan remaja Kota Makassar
Galuh Kinanthi Herhayyu	<i>Korean Wave</i> (Studi tentang Pengaruh Budaya	Fokus penelitian ini untuk mengetahui persebaran budaya	Peneliti lebih mendalami persebaran <i>Korean Wave</i> serta mengidentifikasi bentuk dan

Adi (2019)	Korea pada Penggemar <i>K-Pop</i> di Semarang)	populer <i>Korean Wave</i> di dunia, bentuk <i>Korean Wave</i> di Semarang dan Pengaruh Budaya pada penggemar <i>K-Pop</i> di Semarang	pengaruhnya ke penggemar <i>K-Pop</i> di Semarang sedangkan penelitian yang diangkat peneliti berfokus pada dampak <i>Korean Wave</i> terhadap minat budaya Korea, terkhusus <i>K-Pop</i> , <i>K-Food</i> & <i>K-Beauty</i> di kalangan remaja Kota Makassar
Zailin Zainal Ariffin, Khalifah Othman, Ridhuan Tee Abdullah & Wan Nor Aini Wan Mohammad Arif (2014)	<i>Analyzing the Dimension of Korean Popular Culture Among Malaysian Adolescent</i>	Fokus penelitian ini untuk mengetahui <i>relationship between American popular culture and some selected aspects of consumer behaviour among Malaysian adolescents</i>	Peneliti mendalami dampak <i>Korean wave</i> dengan menganalisa tingkat konsumerisme <i>Korean wave</i> di kalangan remaja yang berlokasi di Klang Valley Malaysia sedangkan penelitian yang diangkat peneliti berfokus pada dampak <i>Korean Wave</i> terhadap minat budaya Korea, terkhusus <i>K-Pop</i> , <i>K-Food</i> & <i>K-Beauty</i> di kalangan remaja Kota Makassar
W Fildzah Masturah (2020)	Pengaruh Budaya <i>Korean Wave</i> dan Perilaku <i>Fan Entrepreneurship</i> terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis USU)	Fokus penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh <i>Korean Wave</i> dan Perilaku <i>Fan Entrepreneurship</i> terhadap Minat berwirausaha pada Mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis USU	Peneliti mendalami Pengaruh <i>Korean Wave</i> dan Perilaku <i>Fan Entrepreneurship</i> terhadap Minat berwirausaha pada Mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis USU sedangkan penelitian yang diangkat peneliti berfokus pada dampak <i>Korean Wave</i> terhadap minat budaya Korea, terkhusus <i>K-Pop</i> , <i>K-Food</i> & <i>K-Beauty</i> di kalangan remaja Kota Makassar