

BAB I

PENDAHULUAN UMUM

A. Latar Belakang

Fenomena gelombang budaya Korea Selatan, yang biasa disebut *Korean Wave* atau *hallyu*, telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir di berbagai belahan dunia, termasuk Indonesia. Istilah *hallyu* (한류) pertama kali muncul di Tiongkok pada pertengahan tahun 1999, yang ditandai dengan kesuksesan drama televisi Korea Selatan yang menarik perhatian penonton Tiongkok, yang mendorong ekspor lebih banyak konten budaya Korea, seperti drama televisi, film, dan industri musik K-Pop (Kurniawati & Pratiwi, 2021).

Korean Wave merupakan fenomena global yang tidak lepas dari peran pemerintah Korea Selatan yang menjadikan industri budaya sebagai strategi pemulihan ekonomi pascakrisis finansial tahun 1998. Fenomena ini didukung oleh kemajuan teknologi digital, di mana konten Korea menyebar dengan cepat melalui internet dan media sosial, didorong oleh agensi hiburan dan penggemar yang aktif (Walsh, 2014). Saat drama Korea "What is Love?" disiarkan di Tiongkok, drama tersebut menarik perhatian karena menyajikan kehidupan keluarga modern yang tetap berakar pada nilai-nilai Konfusianisme, sehingga lebih mudah dipahami oleh masyarakat Asia (Korean Culture and Information Service, 2011). Kemudian di Jepang, drama "Winter Sonata" yang tayang di NHK pada tahun 2003 menjadi sangat terkenal, terutama di kalangan wanita Jepang. Aktor utamanya, Bae Yong-joon (dikenal sebagai "Yon-sama"), menjadi ikon budaya pop di Jepang dan berdampak terhadap ekonomi serta peningkatan pariwisata ke Korea. Selain itu, *Korean Wave* semakin dikenal berkat drama "Dae Jang Geum" atau "*Jewel in the Palace*" yang sangat sukses secara internasional, hingga menyebar ke negara-negara seperti Mesir, Arab Saudi, Turki, Peru, Kolombia, dan banyak lagi.

Kunci keberhasilan *Korean Wave* terletak pada adaptasi konten Barat dengan sentuhan nilai Asia, biaya produksi rendah, serta strategi globalisasi dan hibridisasi (Cicchelli & Octobre, 2021). *Korean Wave* ini tidak hanya mengubah citra Korea dari negara yang mengalami krisis menjadi kekuatan budaya, tetapi juga membuka jalan bagi arus budaya global yang lebih seimbang, di mana produk non-Barat dapat mendominasi. Penyebaran *Korean Wave* dari Asia ke Eropa dan Amerika dipercepat oleh teknologi digital dan partisipasi aktif para penggemar yang memanfaatkan platform digital (seperti YouTube, Facebook, dan lain-lain) untuk menjangkau penggemar di seluruh dunia, hingga ke wilayah terpencil. Fenomena ini bersifat transnasional, di mana *Korean Wave* telah menjadi bagian dari kehidupan budaya populer global yang terlihat jelas dalam berbagai aspek, seperti budaya pop, produk Korea, makanan, dan citra bangsa Korea itu sendiri, yang telah merambah ke berbagai belahan dunia (Hidayati & Kalla, 2023).

Fenomena *Korean Wave* juga telah memengaruhi pola pikir para penggemar, termasuk budaya konsumsi, adopsi identitas budaya Korea, dan perilaku yang cenderung berpusat pada Korea (Hamida et al., 2024). Selain itu, *Korean Wave* telah melahirkan banyak komunitas penggemar, kelompok tari (*dance cover*), gerai kosmetik, serta restoran makanan Korea yang semakin menjamur di Indonesia. Para penggemar K-Pop, yang disebut *K-Popers*, biasanya memiliki grup atau idola favorit yang mereka dukung, dan kelompok penggemar ini dikenal sebagai *fandom* (Moetaqin, 2020). Identitas *K-Popers* terbentuk melalui keterlibatan mereka dalam berbagai aspek yang terkait dengan *Korean Wave* tersebut. Kemudian, hal ini juga didukung oleh kemajuan teknologi dan arus informasi di era globalisasi saat ini, sehingga memungkinkan pergerakan orang, barang, jasa, dan ide yang lebih cepat dan bebas ke seluruh dunia (Lianovanda, 2024). Hal tersebut juga turut mendorong perkembangan *Korean Wave* di Indonesia.

Korean Wave di Indonesia dalam buku *The Global Impact of South Korean Popular Culture: Hallyu Unbound* yang menjelaskan

tentang penyebaran *Korean Wave* dari beragam sudut pandang, menjelaskan bahwa film-film Korea di Indonesia masuk melalui Cina dengan judul berbahasa Mandarin dan bahkan teks terjemahannya juga dalam bahasa Mandarin sekitar tahun 2002, dan bertepatan dengan Piala Dunia Jepang–Korea (Nugroho, 2014). Pada saat itu, masyarakat Indonesia belum banyak yang memahami perbedaan antara aksara Korea (*Hangeul*), karakter Tionghoa (*Hanja*), dan aksara Jepang (*Katakana* dan *Hiragana*). Pada tahun tersebut, stasiun TV Indonesia juga berhasil menayangkan drama Korea untuk pertama kalinya, yaitu *Winter Sonata* dan *Endless Love* yang kemudian sukses menarik banyak perhatian. Kesuksesan ini mendorong stasiun televisi Indonesia seperti RCTI, Trans TV, TV7, Indosiar, dan SCTV untuk banyak menayangkan drama Korea pada paruh pertama tahun 2000-an. Selain itu, popularitas budaya Jepang yang telah lebih dahulu merambah ke masyarakat Indonesia juga memiliki pengaruh terhadap penyebaran *Korean Wave*. Misalnya, pada *Festival Kimochi* yang diselenggarakan sejak tahun 2008 oleh anak-anak muda Yogyakarta. *Festival Kimochi* merupakan festival yang mengadakan banyak acara bergaya Jepang, seperti *Ganbate! Model Hunt*, *Cosplay Contest*, *DOTA Competition*, hingga lomba *Cosplay Model Fotografi Contest* yang mendatangkan 77 fotografer (D. Dewi, 2011). Pada festival itu, walaupun merupakan acara budaya Jepang, musik-musik Korea diputar dan menjadi salah satu daya tarik dari festival itu. Contoh lainnya, dalam *event cosplay* sebagai manifestasi *J-fashion* (*Japanese fashion*) yang tercatat telah ada di Indonesia pertama kali pada tahun 2004 (Naufal & Jambi, 2023), sering kali disisipkan pertunjukan *dance cover* K-Pop ataupun kerja sama dengan *event* K-Pop. Contohnya, dalam *event* “Dreamers JK-POP Fusion 2024”, yaitu *event* yang memadukan budaya pop Korea dan Jepang di Indonesia tersebut, terdapat ragam kegiatan, seperti *Cosplay*, *Cosplay Parade*, *K-Pop Dance Cover*, *K-Pop Noraebang*, dan *Random Play Dance* (Pauji, 2024).

Perkembangan *Korean Wave* di Indonesia dimulai dari penyebaran VCD dan DVD, walaupun sebagian besar adalah bajakan, di tengah dominasi film dan serial televisi Hollywood. Survei yang dilakukan di toko penyewaan seperti Studio One dan Wahana di Yogyakarta, serta di Jalan Mataram (pusat penjualan VCD/DVD bajakan), menemukan lebih dari 50 judul film dan drama Korea, baik yang terbaru maupun yang sudah lama. Kemudian, sekitar tahun 2008, film-film Korea juga dapat diakses melalui stasiun televisi dan jaringan bioskop seperti Blitzmegaplex. Selain itu, jumlah artikel, berita, dan informasi terkait Korea di surat kabar dan tabloid, baik daring maupun luring, semakin meningkat. Misalnya, *Bintang Asia* merupakan tabloid yang tersebar luas dan menampilkan informasi dari dunia hiburan Korea. Fenomena *Korean Wave* ini pun semakin berkembang dengan munculnya grup-grup *K-Pop* (Korean pop) seperti Super Junior, BIGBANG, dan Girls' Generation yang berhasil memikat hati generasi muda Indonesia, yang ditandai dengan peningkatan signifikan jumlah konser dan acara K-Pop di Indonesia antara tahun 2010 dan 2013. Beberapa acara yang turut memperkuat momentum tersebut, antara lain *Konser Berbagi Persahabatan Indonesia–Korea* yang disiarkan oleh Arirang TV pada tahun 2010, *KIMCHI* (Konser Musik Idola Korea) pada 4 Juni 2011 yang menampilkan artis populer seperti Super Junior, serta konser tunggal dari grup B2ST, Super Junior, MBLAQ, *SM Town Live World Tour III*, dan *World Tour Wonder Girls* yang digelar pada tahun 2013.

Masuknya *Korean Wave* melalui drama dan *K-Pop* di Indonesia menunjukkan bahwa budaya Korea telah berhasil memikat hati masyarakat. Hal ini terlihat dari banyaknya stasiun televisi yang menayangkan drama Korea serta peningkatan jumlah konser dan acara *K-Pop* yang digelar di Indonesia. Selain itu, jumlah artikel, berita, dan informasi terkait Korea juga semakin meningkat. Hal tersebut juga membuktikan keberhasilan Korea Selatan dalam memengaruhi masyarakat Indonesia melalui *soft power*-nya, serta menunjukkan

bahwa industri hiburan Korea memiliki strategi pemasaran dan distribusi yang sangat efektif dan menarik.

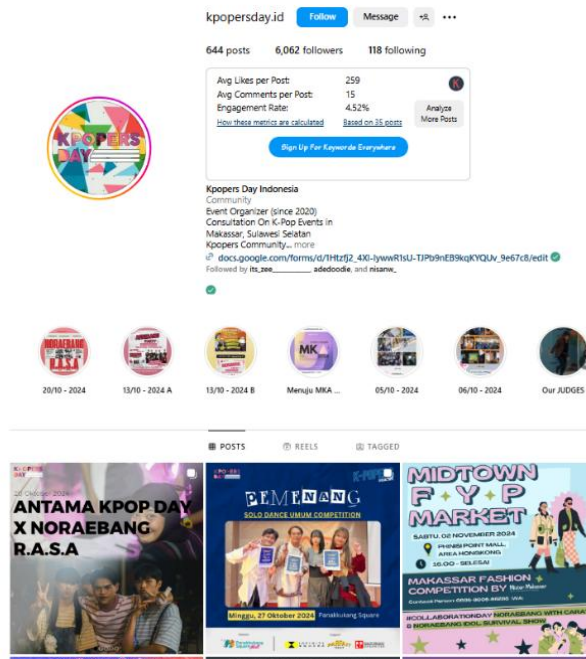
Contoh fenomena yang menunjukkan betapa kuatnya pengaruh *Korean Wave* di kalangan penggemar Indonesia, salah satunya adalah kolaborasi antara grup BTS dan McDonald's melalui *BTS Meal* pada tahun 2021 (Bbc.com, 2021). Para penggemar BTS, yang dikenal sebagai ARMY, berbondong-bondong membeli menu kolaborasi tersebut, yang hanya dapat dipesan melalui aplikasi layanan pesan antar makanan. Tujuannya adalah untuk menghindari kerumunan dan antrean panjang di gerai McDonald's. Namun, hal ini justru memicu lonjakan pembelian yang luar biasa, menyebabkan para pengemudi ojek *online* harus mengantre berjam-jam untuk mengambil pesanan tersebut. Akibatnya, puluhan gerai McDonald's di Indonesia terpaksa ditutup sementara waktu karena pelanggaran protokol kesehatan selama pandemi COVID-19.



Gambar 1. Antrian pengemudi ojek *online* untuk mendapatkan menu *BTS Meal* (sumber: bbc.com)

Fenomena tersebut memperlihatkan pengaruh besar *Korean Wave* di Indonesia. Grup seperti BTS yang berkolaborasi dengan McDonald's menunjukkan bahwa mereka memiliki basis penggemar yang loyal dan bersemangat dalam mendukung idolanya, sehingga dapat meningkatkan penjualan produk secara signifikan, yang terlihat dari banyaknya antrean pesanan. Hal ini tidak hanya menarik perhatian

masyarakat, tetapi juga menjadi alat pemasaran yang sangat berpengaruh dalam mendorong minat konsumen. Oleh karena itu, *Korean Wave* tidak hanya memengaruhi budaya populer, tetapi juga berperan penting dalam strategi pemasaran. Di Kota Makassar, tingginya pengaruh *Korean Wave* terlihat dari banyaknya *event* hiburan yang bernuansa Korea. Contohnya seperti *event Noraebang*, *Random Play Dance*, *K-Pop Dance Competition*, *Sing Cover Competition*, *Fashion Competition*, dan lain-lain. Informasi tentang pelaksanaan *event* tersebut, salah satunya, dapat dilihat melalui akun Instagram @K-Popersday.id yang telah beroperasi sejak tahun 2020.



Gambar 2. Akun Instagram @K-Popersday.id (sumber: Instagram.com)

Bukti lainnya ditandai dengan kemunculan akun penggemar dalam mendukung idola tertentu (*fandom* khusus) atau biasa disebut *fanbase* khusus grup *K-Pop* atau idola Korea tertentu. Di Makassar, terdapat berbagai akun media sosial komunitas penggemar yang berbagi informasi khusus tentang grup atau idola favorit mereka.

Contohnya, penggemar grup Enhypen dapat ditemui di akun Instagram @engene.makassar, penggemar Super Junior di akun @elfmakassar, penggemar grup BTS di akun @armynyabangtan.mks, dan lain-lain. Akun-akun tersebut bahkan secara aktif mengadakan berbagai kegiatan, seperti acara nonton bersama, perayaan ulang tahun idola, hingga *giveaway* tiket konser. Untuk menganalisis fenomena *Korean Wave* di Makassar, digunakan pandangan Raymond Williams tentang konsep hegemoni dan *structure of feeling* untuk melihat sejauh mana *Korean Wave* berpengaruh terhadap gaya hidup anak muda di Kota Makassar. Gaya hidup tersebut dilihat melalui tiga dimensi utama, yakni *activity* (aktivitas), *interest* (minat), *opinion* (opini), dan tujuannya adalah untuk mengevaluasi apakah *Korean Wave* benar-benar memiliki pengaruh yang signifikan atau tidak. Sementara itu, konstruksi identitas *K-Popers* di Kota Makassar menggunakan teori strukturasi oleh Anthony Giddens, yang menekankan dualitas struktur dengan menggunakan tiga dimensi struktural, yakni signifikasi, dominasi, dan legitimasi.

Penelitian fenomena *Korean Wave* di Makassar ini telah menarik perhatian beberapa peneliti seperti (Maraya et al., 2020; Pawah et al., 2022; Fadillah et al., 2023; Blake et al., 2023; Londong et al., 2023; Hamida et al., 2024). Namun, dari beberapa penelitian tersebut belum ada yang berfokus pada konstruksi identitas *K-Popers* di Kota Makassar. Penelitian ini juga penting untuk dibahas karena fenomena *Korean Wave* telah menjadi fenomena global yang memengaruhi banyak aspek dalam kehidupan masyarakat, seperti identitas *K-Popers* yang tidak hanya sekadar menjadi penggemar, tetapi juga mencakup bagaimana individu tersebut memaknai diri mereka melalui keterikatan dengan budaya Korea Selatan. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengungkap pengaruh *Korean Wave* terhadap gaya hidup anak muda di Kota Makassar dan konstruksi identitas *K-Popers* di Kota Makassar.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh *Korean Wave* terhadap gaya hidup anak muda di Kota Makassar?
2. Bagaimana identitas K-Popers Makassar dikonstruksi?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menjelaskan pengaruh *Korean Wave* terhadap gaya hidup anak muda K-Popers di Kota Makassar Makassar
2. Untuk menganalisis bagaimana identitas K-Popers Makassar dikonstruksi

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian terdiri dari dua jenis manfaat, yaitu:

1. Manfaat teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap penelitian di bidang kajian budaya pada konteks pengaruh *Korean Wave* terhadap gaya hidup anak muda di Kota Makassar dan konteks konstruksi identitas K-Popers di Kota Makassar. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi bagi para peneliti yang tertarik untuk meneliti hal yang sama;
2. Manfaat praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan wawasan baru kepada pembaca mengenai pengaruh *Korean Wave* terhadap gaya hidup anak muda di Kota Makassar dan pada konteks konstruksi identitas K-Popers di Kota Makassar.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Hasil Penelitian Relevan

Beberapa penelitian serupa yang telah dilakukan peneliti lain sebelumnya, sebagai berikut:

1. Penelitian terdahulu dilakukan oleh Enjelika Maraya, Muhammad Syukur, dan M. Ridwan Ahmad Said (2020) dengan judul *“Dekonstruksi Makna Maskulinitas melalui Tren Korean Populer (K-Pop) pada Penggemar K-Pop di Kota Makassar”*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dan teori dekonstruksi sosial yang dikemukakan oleh Jacques Derrida. Tujuan penelitian tersebut adalah untuk mengkaji proses dekonstruksi makna maskulinitas serta konsep maskulinitas yang terbentuk di kalangan penggemar K-pop di Kota Makassar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dekonstruksi maskulinitas dipengaruhi oleh lingkungan sosial, khususnya sosialisasi sekunder dalam pergaulan sesama penggemar K-pop. Perubahan tampak pada kriteria fisik dan penggunaan *skincare* pada laki-laki yang terinspirasi dari penampilan *idol* Korea. Selain itu, ditemukan dua konsep maskulinitas, yaitu *soft masculinity* dan *hybrid masculinity*, yang turut didukung oleh teori androgini bahwa seorang individu dapat memiliki sisi maskulin dan feminin sekaligus. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu tersebut, yaitu sama-sama mengkaji penggemar K-pop di Kota Makassar serta pengaruh budaya K-pop terhadap cara pandang dan praktik sehari-hari. Adapun perbedaannya terletak pada fokus masalah, teori yang digunakan, dan metode penelitian. Penelitian terdahulu berfokus pada maskulinitas dengan menggunakan teori dekonstruksi dan teori androgini. Sementara itu, penelitian ini mengkaji pengaruh *Korean Wave* terhadap gaya hidup dan konstruksi identitas secara lebih luas dengan menggunakan

konsep hegemoni dan *structure of feeling* dari Raymond Williams serta teori strukturasi dari Anthony Giddens. Dari segi metode, penelitian terdahulu menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, sedangkan penelitian ini menggunakan metode campuran (*mixed methods*).

2. Penelitian terdahulu dilakukan oleh J. Mujahidah Pawah, A. Nur Insan, dan Nur Alim Djalil (2022) dengan judul "*Pengaruh Korean Wave terhadap Perilaku Komunikasi dalam Menentukan Minat Beli Komunitas Korea Kota Makassar*". Penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan teori terpaan media dan bertujuan untuk mengkaji pengaruh *Korean Wave* terhadap perilaku komunikasi dan minat beli komunitas pencinta Korea di Makassar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Korean Wave* berpengaruh signifikan terhadap perilaku komunikasi dengan kontribusi sebesar 47,4%, terhadap minat beli sebesar 44,3%, serta pengaruh perilaku komunikasi terhadap minat beli sebesar 44,0%. Pengaruh tersebut merupakan hasil dari terpaan media yang mencerminkan perubahan dalam gaya berbicara dan gaya hidup. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu tersebut, yaitu sama-sama mengkaji pengaruh *Korean Wave* di Kota Makassar. Adapun perbedaannya terletak pada fokus kajian, teori yang digunakan, dan metode penelitian. Penelitian terdahulu menitikberatkan pada perilaku komunikasi dan minat beli, sedangkan penelitian ini mengkaji gaya hidup melalui aspek aktivitas, minat, dan opini (AIO) serta konstruksi identitas penggemar K-pop. Dari sisi teori, penelitian terdahulu menggunakan teori terpaan media, sementara penelitian ini juga mengkaji gaya hidup melalui aspek aktivitas, minat, dan opini (AIO), tetapi dengan tambahan menggunakan konsep hegemoni dan *structure of feeling* dari Raymond Williams serta teori strukturasi dari Anthony Giddens. Dari segi metode, penelitian terdahulu menggunakan pendekatan kuantitatif, sedangkan penelitian ini menggunakan metode campuran (*mixed methods*).

3. Penelitian terdahulu dilakukan oleh Jerliyen Pramita Londong, Mira Bandhaso, dan Jane Lintang (2023) dengan judul “*Unexpected Cost of Korean Wave during Pandemic COVID-19 in Makassar, South Sulawesi*”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan wawancara mendalam sebagai teknik utama, serta didukung oleh kuesioner, media, dan artikel. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji keberhasilan fenomena *Korean Wave* selama pandemi COVID-19 di Makassar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa anak muda rela mengeluarkan biaya lebih untuk memenuhi hobi menonton *K-drama* selama pandemi. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu, yaitu sama-sama mengkaji fenomena *Korean Wave* di Kota Makassar. Adapun perbedaannya terletak pada fokus kajian dan metode penelitian. Penelitian terdahulu berfokus pada biaya tak terduga (*unexpected cost*) yang dikeluarkan anak muda selama pandemi, sedangkan penelitian ini mengkaji pengaruh gaya hidup pada aspek aktivitas, minat, dan opini (AIO) serta konstruksi identitas penggemar K-pop. Dari segi metode, penelitian terdahulu menggunakan pendekatan kualitatif, sementara penelitian ini menggunakan metode campuran (*mixed methods*) dengan kuesioner sebagai instrumen utama.
4. Penelitian terdahulu dilakukan oleh Nur Fadillah, Andi Muh. Nur Syaiqul Arsyi, Ibrahim Arifin, dan M. Ridwan Said Ahmad (2023) dengan judul “*Pengaruh Globalisasi Media dan Penyerapan Budaya Korea di Kalangan Remaja Kota Makassar*”. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode campuran (*mixed methods*) melalui survei dan wawancara. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji dampak globalisasi media terhadap identitas budaya remaja di Makassar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa globalisasi media mendorong remaja meninggalkan budaya lokal dan mengadopsi budaya lain, khususnya budaya populer Korea yang tersebar luas melalui media. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu tersebut, yaitu sama-sama mengkaji

Korean Wave di Kota Makassar serta menggunakan metode campuran (*mixed methods*). Adapun perbedaannya terletak pada fokus kajian dan teori yang digunakan. Penelitian terdahulu menekankan pada globalisasi media dan penyerapan budaya, sedangkan penelitian ini mengkaji pengaruh *Korean Wave* terhadap gaya hidup serta konstruksi identitas penggemar K-pop. Dari sisi teori, penelitian ini menggunakan konsep hegemoni dan *structure of feeling* dari Raymond Williams untuk menganalisis gaya hidup, serta teori strukturasi dari Anthony Giddens untuk membahas konstruksi identitas.

5. Penelitian terdahulu dilakukan oleh Judith Cahyani Blake, Titin Florentina Purwasetiawatik, dan Andi Nur Aulia (2023) dengan judul “*Gambaran Celebrity Worship pada Penggemar Korean Pop di Kota Makassar*”. Penelitian tersebut menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling* pada penggemar K-pop berusia 16–30 tahun, serta menggunakan skala *celebrity worship* sebagai instrumen pengumpulan data. Tujuan penelitian tersebut adalah untuk menggambarkan tingkat *celebrity worship* pada penggemar K-pop di Makassar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek *entertainment-social* berada pada kategori tinggi dengan persentase 39,9%, aspek *intense-personal* sebesar 42,1%, dan aspek *borderline pathological* sebesar 50,9%. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu tersebut, yaitu sama-sama mengkaji penggemar K-pop di Kota Makassar sebagai objek kajian. Adapun perbedaannya terletak pada fokus kajian, pendekatan, dan teori yang digunakan. Penelitian terdahulu berfokus pada *celebrity worship* dengan pendekatan psikologi, sedangkan penelitian ini mengkaji gaya hidup dan konstruksi identitas penggemar K-pop. Selain itu, penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama serta menggunakan konsep hegemoni dan *structure of feeling* dari Raymond Williams dan teori strukturasi dari Anthony Giddens.

Secara keseluruhan, penelitian terdahulu dan penelitian ini sama-sama membahas fenomena *Korean Wave* di Kota Makassar. Adapun perbedaannya terletak pada fokus kajian. Penelitian terdahulu menyoroti beberapa aspek, yaitu dekonstruksi maskulinitas, perilaku komunikasi dan minat beli, biaya konsumsi *K-drama*, globalisasi budaya, serta *celebrity worship*. Sementara itu, penelitian ini berfokus pada pengaruh *Korean Wave* terhadap gaya hidup anak muda dan konstruksi identitas penggemar K-pop di Makassar. Penelitian ini menggunakan konsep hegemoni dan *structure of feeling* dari Raymond Williams untuk menganalisis gaya hidup, serta teori strukturasi dari Anthony Giddens untuk mengkaji konstruksi identitas. Gaya hidup dianalisis melalui aspek aktivitas, minat, dan opini (AIO), sedangkan konstruksi identitas dianalisis menggunakan dimensi signifikasi, dominasi, dan legitimasi. Selain itu, penelitian ini menggunakan metode campuran (*mixed methods*) dengan jumlah responden sebanyak 260 orang yang berusia 15–25 tahun. Pendekatan ini belum banyak digunakan dalam studi *Korean Wave* di Makassar sebelumnya.

B. Landasan Teori

1. Raymond Williams: Hegemoni dan Structure of feeling

Raymond Williams merupakan salah seorang tokoh yang berpengaruh dalam perkembangan studi kebudayaan (*cultural studies*) di Inggris, melalui sejumlah karya penting seperti *Culture and Society*, *The Long Revolution*, dan *Keywords and Culture*. Pemikiran Williams menyatakan bahwa kebudayaan bersifat sehari-hari dan juga merupakan keseluruhan pandangan hidup. Williams memperkenalkan konsep *culture as a whole way of life*, dan menekankan bahwa budaya dibentuk oleh nilai-nilai, tradisi, dan pengalaman kolektif masyarakat. Dalam konsep *struktur perasaan* (*structure of feeling*), Williams menggambarkan cara suatu komunitas mengalami dan mengekspresikan realitas hidupnya melalui seni, sastra, atau ritual. Misalnya, novel-novel Charles Dickens hingga D.H. Lawrence merekam

pergulatan emosional masyarakat industri Inggris yang tidak bisa dijelaskan semata oleh analisis kelas (Milner, 2002).

Raymond Williams memandang kebudayaan melalui dua aspek utama, yaitu tradisional (*traditional*) dan daya cipta (*creative*), yang meskipun memiliki penekanan berbeda, tetap menyatu dalam satu kesatuan (Abdul Aziz, 2021). Keduanya berfokus pada manusia, bukan makhluk lain seperti hewan, karena perilaku hewan, seperti semut yang berbaris rapi atau bergotong royong, itu lebih bersifat insting daripada budaya. Budaya tradisional, bagi Williams, adalah nilai-nilai alami (*the nature of culture*) yang tertanam dalam suatu komunitas tertentu dan mencerminkan warisan dan cara hidup (*the way of life*). Sementara itu, budaya daya cipta merupakan proses kreatif dalam membangun sesuatu. Konsep *structure of feeling* bukan sekadar istilah tanpa dasar ilmiah, melainkan upaya untuk melawan konstruksi formal seperti ideologi atau *world-view*. Istilah ini, bersama dengan *structure of experience*, bertujuan untuk melacak pengalaman hidup suatu komunitas guna menghindari penyimpulan tergesa-gesa mengenai kebudayaan. Bagi Williams, analisis kebudayaan tidak terbatas pada hal-hal material, tetapi lebih menekankan pada pengalaman hidup turun-temurun (*local wisdom*).

Bagi Raymond Williams, budaya tidak sepenuhnya ditentukan oleh faktor ekonomi. Dalam teori basis–superstruktur, Karl Marx memandang struktur ekonomi (basis), seperti alat produksi dan kepemilikan, sebagai fondasi yang menentukan budaya (superstruktur), termasuk agama, seni, dan politik (Abdul Aziz, 2021). Dengan demikian, budaya dipahami sebagai hasil dari kondisi material dan sosial. Williams tidak menolak pengaruh ekonomi tersebut, tetapi menegaskan bahwa ekonomi tidak secara langsung menentukan budaya (Williams, 1958). Ia mengembangkan gagasan hegemoni dari Antonio Gramsci dengan menekankan sifatnya yang dinamis. Hegemoni merupakan proses yang terus berlangsung, dinegosiasikan, diperkuat, dan ditantang (Theodossopoulos, 2025). Selain itu, hegemoni bersifat pluralistik,

artinya tidak hanya menghadirkan satu suara dominan, serta fleksibel agar tetap relevan dalam mempertahankan kekuasaan. Hegemoni juga bekerja melalui *common sense* (akal sehat) dengan menciptakan “rasa realitas” seolah-olah tatanan yang ada bersifat wajar dan alamiah. Di saat yang sama, hegemoni membatasi cara berpikir masyarakat dan menghambat munculnya alternatif tatanan sosial.

Williams mengembangkan pemikiran Antonio Gramsci dengan mengemukakan tiga elemen budaya, yaitu dominan, residual, dan emergen. Ia menolak anggapan bahwa ideologi kelas penguasa selalu bersifat monolitik dan sepenuhnya dominan (Rahmaniah, 2012). Meskipun terdapat ideologi dominan, selalu ada tantangan dari ideologi lain, baik yang bersifat residual (warisan masa lalu yang masih bertahan) maupun emergen (ideologi baru di luar kelas penguasa). Kedua ideologi tersebut dapat bersifat oposisional maupun alternatif, yaitu berdampingan tanpa menantang secara langsung. Oleh karena itu, kelompok di luar kelas penguasa dapat menerima sekaligus menolak aspek tertentu dari ideologi dominan. Pemikiran ini berkaitan dengan politik kebudayaan postmodernitas (Milner, 2002). Williams mengkritik postmodernisme sebagai “radikalisme semu” karena dianggap tidak menghasilkan perubahan nyata. Untuk mengatasinya, ia menawarkan pencarian “tradisi alternatif”, yaitu nilai atau karya yang sebelumnya terpinggirkan, dilupakan, atau diabaikan.

Williams mendefinisikan hegemoni sebagai “kenyataan yang dialami” sekaligus “proses yang dialami” (Williams, 1977). Artinya, hegemoni hadir dalam kehidupan sehari-hari dan sekaligus menjadi medan pertarungan yang terus bergerak. Ia menegaskan bahwa hegemoni tidak pernah statis, melainkan selalu berkembang dan berubah (Theodossopoulos, 2025). Hegemoni juga dapat tampil secara halus melalui seni, sastra, dan praktik budaya sehari-hari. Namun, Williams menilai istilah “pengalaman” belum cukup untuk menangkap perubahan sosial yang masih bersifat samar dan lentur. Oleh karena itu, ia memperkenalkan konsep *structure of feeling*, yaitu dimensi perubahan

yang hidup pada tingkat rasa dan kepekaan kolektif. Setiap generasi memiliki “getaran” zamannya sendiri yang tidak sepenuhnya lepas dari budaya dominan, tetapi juga memuat pemahaman baru yang belum menjadi ideologi resmi (Theodossopoulos, 2015). Williams berpendapat bahwa istilah “dirasakan” lebih tepat daripada “dialami” karena merujuk pada kesadaran yang masih berkembang. Konsep ini menunjukkan bentuk kesadaran sosial yang sedang tumbuh, tetapi belum mapan. Namun, ketika pola perasaan tersebut mulai dirumuskan dan dilembagakan, sifat dinamisnya pun berkurang (Theodossopoulos, 2025).

Pada titik tersebut, bentuk pemahaman yang awalnya alternatif berubah menjadi budaya yang lebih mapan dan berpotensi menjadi bagian dari hegemoni baru. Proses ini serupa dengan pergantian konfigurasi hegemoni dalam politik, yaitu sesuatu yang awalnya bersifat alternatif perlahan menjadi arus utama, lalu digantikan oleh bentuk pemahaman yang lebih baru (Falasca-Zamponi, 2020). Williams mengembangkan gagasan dalam kerangka kulturalisme yang menekankan pengalaman dan budaya sehari-hari. Sejalan dengan pemikiran *poststrukturalisme*, ia berpandangan bahwa tidak ada kebenaran tunggal dalam teks dan makna kultural bersifat terbuka. Hal ini menyoroti pentingnya peran pembaca, terutama sebagai entitas kolektif, dalam membentuk dan menafsirkan makna.

2. Konstruksi Identitas

Identitas merupakan inti diri yang dapat dikenali melalui berbagai tanda, seperti selera, keyakinan, sikap, dan pola hidup (Barker & Jane, 2016). Dengan demikian, identitas bersifat personal sekaligus sosial karena menandai persamaan dan perbedaan dengan orang lain. Identitas bukan sekadar kumpulan sifat, melainkan cara individu memandang dan memaknai dirinya. Ia juga bukan entitas tetap, tetapi terus berubah sesuai konteks ruang dan waktu. Anthony Giddens menyebut identitas sebagai sebuah “proyek” yang selalu berkembang dan tidak pernah final (Giddens, 1991). Selain itu, Stuart Hall

menjelaskan bahwa identitas terbentuk melalui wacana, posisi sosial, dan aturan yang melingkupinya (Hall & Gay, 1996), Identitas merupakan hasil proses historis yang terus berubah dan bertransformasi. Oleh karena itu, identitas tidak bersifat alamiah, melainkan selalu terbuka, tidak pernah selesai, dan senantiasa dalam proses pembentukan.

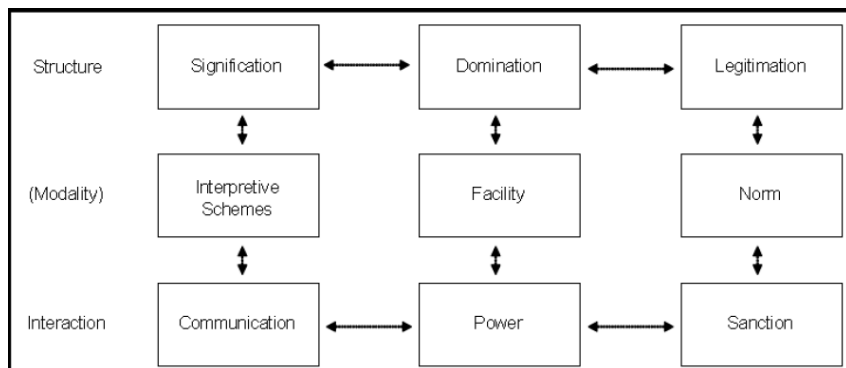
Konstruksi identitas merupakan proses dinamis di mana individu secara aktif membentuk dan merundingkan pemahaman tentang dirinya, baik sebagai pribadi maupun sebagai bagian dari kelompok sosial, melalui interaksi dengan orang lain, budaya, media, dan lingkungan (Alfriandi, 2017). Identitas tidak pernah tetap karena terus dipengaruhi oleh norma, nilai, dan pengalaman yang berubah. Proses ini juga melibatkan upaya individu untuk menempatkan diri dalam relasi persamaan dan perbedaan dengan orang lain. Hal tersebut diekspresikan melalui simbol, seperti pilihan busana, gaya berbicara, dan selera budaya, sebagai cara untuk memperlihatkan jati diri serta bagaimana ia ingin dikenali.

3. Teori Strukturasi oleh Anthony Giddens

Teori Strukturasi oleh Anthony Giddens awalnya berakar dari kritiknya terhadap pemikiran tradisional dalam mengonsepan hakikat struktur dan tindakan serta relasi di antara keduanya, sehingga Giddens menyusun gagasan untuk merekonstruksi teori sosial (Ross, 2002). Rekonseptualisasi tersebut diawali dengan menganggap praktik-praktik sosial yang terus berlangsung merupakan hal yang penting dan dianggap sebagai basis keberadaan pelaku dan masyarakat.

Teori strukturasi merupakan pendekatan sosiologis yang mengintegrasikan struktur (aturan, norma, dan sumber daya) dengan agensi (tindakan individu) dalam analisis kehidupan sosial (Fauzan & Zikrulloh, 2024). Anthony Giddens menekankan keseimbangan antara kebebasan individu sebagai aktor dan batasan yang ditentukan oleh sejarah serta tatanan sosial (Achmad, 2020). Di satu sisi, pilihan individu terbatas; di sisi lain, individu juga berperan dalam membentuk dan mengubah struktur sosial. Dalam teori ini, struktur dan agensi saling

terkait dalam hubungan dialektis yang disebut “dualitas struktur”. Keduanya tidak dapat dipisahkan: individu membentuk struktur melalui norma dan nilai, tetapi juga dibatasi oleh aturan dan sumber daya yang ada. Aturan membatasi tindakan, sementara sumber daya memungkinkan terjadinya tindakan. Selain itu, struktur dapat berubah melalui tindakan, termasuk tindakan yang tidak disengaja. Misalnya, ketika norma lama ditinggalkan, akan muncul norma baru atau norma yang ada direproduksi (Giddens, 1984).



Gambar 3. Dimensi dualitas struktur (Sumber: (Giddens dalam Achmad, 2015))

Berdasarkan Gambar 3 tentang dimensi *dualitas struktur*, Anthony Giddens mengemukakan tiga prinsip struktural yang saling terkait dalam praktik sosial (Kristianto, 2022). Pertama, struktur signifikasi (S) yang berkaitan dengan makna, simbol, dan wacana. Kedua, struktur dominasi (D) yang mencakup penguasaan terhadap individu maupun sumber daya. Ketiga, struktur legitimasi (L) yang berhubungan dengan aturan normatif dan sistem hukum. Ketiga struktur tersebut saling terhubung dan membentuk jaringan dalam realitas sosial. Dalam struktur dominasi, terdapat dua jenis sumber daya (Giddens dalam Pramono, 2019). Pertama, sumber daya alokatif, yaitu sumber daya yang memungkinkan penguasaan atas dunia material, seperti bahan mentah, alat produksi, teknologi, dan hasil produksi. Kedua, sumber daya otoritatif, yaitu sumber daya yang memungkinkan

penguasaan atas dunia sosial, seperti pengorganisasian ruang dan waktu serta hubungan dalam kehidupan sosial.

Sebagaimana terlihat pada Gambar 3, dualitas struktur dan tindakan selalu melibatkan modalitas sebagai perantara, yaitu aturan dan sumber daya berupa skema interpretatif, fasilitas, dan norma (Hamdani & Nurafriliadi, 2024). Penjelasan ketiga modalitas tersebut, yakni (1) pada struktur signifikasi digunakan skema interpretatif untuk memahami dan membentuk makna; (2) pada struktur dominasi digunakan fasilitas sebagai sarana menjalankan kekuasaan atas sumber daya; dan (3) pada struktur legitimasi digunakan norma sebagai pedoman penilaian perilaku yang sah.

Giddens menjelaskan bahwa interaksi sosial terbentuk melalui penggunaan struktur (Achmad, 2020). Aturan membatasi tindakan aktor, sementara sumber daya memfasilitasi dan mereproduksi interaksi sosial. Pada struktur signifikasi, makna terbentuk melalui bahasa dan penafsiran. Pada struktur dominasi, kekuasaan dijalankan melalui pengendalian sumber daya yang melibatkan relasi dominasi dan subordinasi. Sementara itu, pada struktur legitimasi, norma, nilai, dan sanksi menentukan apakah suatu tindakan dianggap sah dalam tatanan sosial. Selain itu, sistem interaksi terbentuk sebagai hasil dari penggunaan struktur. Aturan membatasi tindakan aktor, sedangkan sumber daya memfasilitasi dan mereproduksi interaksi sosial. Pada struktur signifikasi, makna dibentuk melalui elemen kebahasaan (semantik, interpretatif, dan diskursif), di mana aktor menafsirkan berbagai makna. Pada struktur dominasi, kekuasaan dijalankan melalui pengendalian sumber daya, yang mencerminkan relasi dominasi dan subordinasi. Adapun pada struktur legitimasi, norma, nilai, dan sanksi menjadi dasar penilaian apakah suatu tindakan dianggap sah dalam tatanan sosial. Giddens juga menjelaskan bahwa proses ini berkaitan dengan kesadaran manusia yang terbagi menjadi tiga dimensi (Anam, 2025). Pertama, motif bawah sadar (*unconscious motives*), yaitu

dorongan yang memengaruhi tindakan tanpa disadari sepenuhnya. Kedua, kesadaran diskursif (*discursive consciousness*), yakni kemampuan individu untuk menjelaskan dan merefleksikan tindakannya. Ketiga, kesadaran praktis (*practical consciousness*), yaitu pemahaman intuitif dalam menjalani kehidupan sehari-hari tanpa refleksi sadar. Kesadaran praktis berperan penting dalam pembentukan struktur sosial karena tindakan yang dilakukan secara berulang akan membentuk norma dan pola perilaku. Interaksi antara kesadaran diskursif dan kesadaran praktis inilah yang menjelaskan bagaimana struktur sosial terbentuk dan direproduksi dari waktu ke waktu.

Perubahan selalu terlihat dalam proses strukturasi karena adanya kemampuan individu untuk secara kritis mengevaluasi tindakan, nilai, dan makna di balik perilaku mereka “refleksivitas”. Proses itu memicu adanya “de-rutinisasi” atau suatu norma dan kebiasaan yang sebelumnya dianggap wajar mulai dipertanyakan karena dianggap tidak relevan dengan konteks terkini. Hal tersebut dapat terjadi ketika kesadaran diskursif seseorang meningkat, ia menjadi lebih mampu mengenali motivasi dan konsekuensi dari tindakannya, yang pada akhirnya dapat mengungkap ketidaksesuaian antara struktur lama dengan kebutuhan baru.

Gagasan penting lainnya terkait dengan teori strukturasi adalah ruang-waktu yang menekankan bahwa interaksi sosial terikat oleh konteks ruang dan waktu (Chatterjee et al., 2019). Penting untuk tidak hanya mempertimbangkan pihak-pihak yang hadir secara fisik (*presencing*), tetapi juga mereka yang tidak hadir (*absencing*). Selama pertemuan sosial, terjadi pertemuan berbagai lintasan waktu individu/agen yang berinteraksi sesuai dengan jalur waktu mereka pada tingkat yang berbeda, mulai dari pengalaman sehari-hari hingga kerangka waktu kelembagaan yang lebih luas. Interaksi tersebut terjadi dalam ruang tertentu yang terbagi menjadi “regionalisasi”, yang merupakan wilayah yang melampirkan ruang-waktu yang memberikan konteks yang lebih spesifik untuk interaksi sosial. Oleh sebab itu, struktur

sosial berfungsi sebagai pengikat yang menstabilkan hubungan sosial dalam dimensi ruang dan waktu, membentuk sistem sosial yang terus bereproduksi melalui praktik berulang dan bersifat empiris, dinamis, dan sering kali tumpang tindih atau bahkan mengandung kontradiksi. Dengan demikian, mempelajari strukturisasi sistem sosial berarti mempelajari cara-cara di mana sistem melalui penerapan aturan, sumber daya umum, serta bagaimana sistem tersebut dipertahankan atau diubah melalui interaksi sehari-hari.

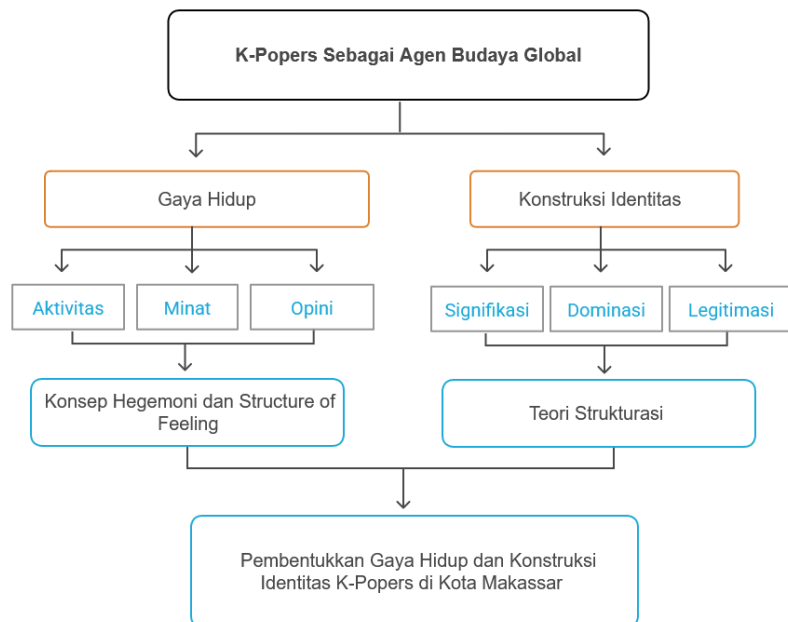
Oleh karena itu, teori strukturasi menekankan interaksi dinamis antara struktur dan agensi, khususnya peran kesadaran diskursif dan praktis dalam membentuk realitas sosial (Lamsal, 2012). Pendekatan ini tidak hanya membantu memahami bagaimana pengetahuan dan norma sosial direproduksi, tetapi juga menunjukkan bagaimana individu dapat menjadi agen perubahan dengan memodifikasi atau bahkan mengganti struktur yang sudah usang. Dengan demikian, kerangka kerja ini menawarkan perspektif mendalam tentang mekanisme perubahan sosial sekaligus menguatkan peran aktif manusia dalam membentuk tatanan masyarakat.

4. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan alur penalaran peneliti yang menjadi dasar untuk memperkuat subfokus penelitian. Dalam penelitian ini, kerangka pikir digunakan untuk menjelaskan bagaimana K-Popers yang terpapar *Korean Wave* sebagai agen budaya global memengaruhi dua dimensi utama, yaitu gaya hidup dan konstruksi identitas di Kota Makassar.

Pengaruh *Korean Wave* terhadap gaya hidup terlihat melalui tiga aspek, yakni aktivitas, minat, dan opini (AIO) dalam kehidupan sehari-hari penggemar K-pop. Untuk menganalisisnya, digunakan konsep hegemoni dan *structure of feeling* dari Raymond Williams guna memahami bagaimana nilai-nilai *Korean Wave* diterima, dinegosiasikan, dan membentuk perasaan kolektif. Selain itu, *Korean Wave* juga memengaruhi konstruksi identitas K-Popers. Teori strukturasi dari

Anthony Giddens digunakan untuk menjelaskan bahwa identitas terbentuk melalui interaksi antara agensi (tindakan individu) dan struktur (norma, sumber daya, dan sistem sosial). Konsep *dualitas struktur* menegaskan bahwa struktur tidak hanya membatasi, tetapi juga diproduksi dan direproduksi oleh tindakan individu secara berulang. Dengan demikian, penggemar K-pop tidak bersifat pasif, melainkan aktif dalam membentuk dan menegosiasikan identitasnya. Identitas tersebut terbentuk melalui praktik keseharian yang berulang dalam konteks ruang dan waktu, serta dianalisis melalui tiga dimensi strukturasi, yaitu signifikasi (pemaknaan), dominasi (penguasaan), dan legitimasi (penerimaan sosial). Secara keseluruhan, kerangka pikir ini menunjukkan alur analisis pengaruh *Korean Wave* terhadap gaya hidup yang kemudian berkontribusi pada pembentukan identitas K-Popers di Makassar.



Gambar 4. Kerangka Konsep penelitian