

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Era globalisasi menjadi pembuka bagi negara berkembang dalam hubungan global antar negara. Hal ini membuat para masyarakat antar negara dengan mudah, bebas dan terbuka dalam berinteraksi karena informasi yang mudah dan cepat didapat. Informasi yang tersebar tidak lain oleh andil media massa yang sangat besar. Hal tersebutlah yang menandakan bahwa globalisasi terus merajai dunia berkat teknologi informasi yang begitu pesat. Tidak hanya informasi yang sangat cepat tersebar, namun budaya pun dapat tersebar dengan mudahnya.

Globalisasi budaya yang menjadi salah satu sorotan globalisasi dapat membuat sebuah gebrakan baru dalam sejarah budaya. Salah satunya melahirkan sebuah budaya baru disebut budaya pop atau budaya populer. Budaya populer ini lahir karena adanya globalisasi, dimana adanya penyebaran nilai-nilai budaya suatu negara kepada negara lain di seluruh dunia yang apabila tidak dihadapi dengan bijaksana akan mengancam keberadaan budaya lokal.

Ideologi budaya populer ini tentunya dapat mengancam eksistensi budaya Indonesia dimana Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki budaya yang sangat kaya. Ancaman eksistensi budaya Indonesia dapat mengakibatkan merosotnya wawasan kebangsaan masyarakat NKRI (Negara Kesatuan Republik Indonesia) melalui hilangnya rasa cinta tanah air. Suguhan produk budaya populer yang terus menggempur Indonesia begitu pesat. Tren budaya pop yang saat ini sedang eksis di Indonesia adalah budaya pop asal Korea yang disebut *Korean Wave/hallyu*. Suguhan produk *hallyu* melalui media informasi yang semakin canggih membuat masyarakat Indonesia semakin dimudahkan untuk mengonsumsi produknya. Ditambah lagi saat ini Indonesia sebagai anggota ASEAN yang sejak tahun 2015 telah memberlakukan MEA. Keikutsertaan Indonesia dalam MEA menjadi pertimbangan yang besar karena di satu sisi Indonesia mendapatkan manfaat dalam meningkatkan ekonomi melalui produk ekspor maupun impor dan satu sisi lain dapat menjadi bumerang kompetisi

Bangsa Indonesia karena persaingan yang sangat kompetitif. Rasa cinta tanah air masyarakat Indonesia yang sudah dipupuk bertahun-tahun mungkin saja akan memudar seiringnya suguhan media yang menayangkan produk budaya negara lain secara terus menerus. Hal tersebut menimbulkan masalah pada rasa cinta tanah air sebagai negara kesatuan yang menjunjung nilai Pancasila dan mungkin saja terjadi gugurnya rasa cinta tanah air dan bangsa akibat kurangnya filter dan komitmen diri sebagai Bangsa Indonesia.

Kini masyarakat seakan-akan terhegemoni dengan visual produk globalisasi budaya asing khususnya budaya pop Korea. Seperti yang sudah disebutkan sebelumnya hegemoni yang dilakukan memanfaatkan teknologi informasi. Sesuai dengan hasil observasi yang dilakukan pada salah satu penggemar Korea Bandung yang bernama Ananda, peneliti menemukan bahwa hegemoni *Korean wave* tersebar melalui teknologi informasi yakni dengan penyebaran berita secara *real time* melalui website seperti allkpop.com dan soompi.com maupun *official* akun penggemar Korea di media sosial seperti Line dan Facebook. Responden mengaku bahwa dirinya hampir setiap hari membuka *website* berita Korea dan *official* akun Line seperti *Koreanews*. Ia pun mengaku merasakan kehampaan dalam menjalani hari-harinya apabila di pagi hari atau dalam sehari ia tidak membaca atau mendapat informasi tentang Korea. Ia pun mengaku para admin komunitas Korea berperan penting dalam penyebaran informasi Korea melalui media sosial. Ia mengatakan bahwa Korea sangat handal membuat para penggemar Korea ini semakin jatuh cinta dengan budaya pop Korea. Hal tersebut dirasakannya sekarang karena hampir seluruh produk budaya pop Korea ia ikuti mulai dari musik, drama, film, *variety show*, makanan, kosmetik, dan elektronik. Selama 9 tahun lamanya ia menyukai dan mengagumi Korea, ia merasa dirinya menjadi lebih baik dan merasa lebih cerdas dibandingkan tahun sebelumnya pada saat ia belum menyukai Korea. Ia mengaku bahwa Korea sangat berperan penting dalam perubahan hidupnya selama ini. Ia menerapkan nilai-nilai baik yang diajarkan budaya Korea terhadapnya. Ketika peneliti menanyakan apabila diberikan kesempatan untuk lahir kembali apa ia akan menjadi warga Bangsa Korea. Ia pun menjawab 'ia' dengan lugasnya, tetapi ia

tetap bangga akan Budaya Indonesia. Melalui temuan tersebut peneliti dapat melihat bahwa *Korean Wave* yang melanda Indonesia ini menggunakan cara hegemoni kepada para remaja melalui media teknologi informasi yang begitu pesat. Penggemar Korea seperti dihipnotis dengan tampilan produk budaya Korea yang begitu memukau sampai dapat membuat penggemarnya jatuh hati pada budaya pop Korea.

Hal tersebut tentunya dianggap positif karena dapat merubah penggemar Korea menjadi lebih baik dan dapat membuka wawasan baru mengenai negara lain, namun jika hal tersebut dilakukan tanpa adanya filter atau mawas diri atas kecintaan akan bangsanya akan menimbulkan kekhawatiran. Generasi muda yang cenderung memiliki pola pikir yang terbuka terhadap sesuatu hal yang baru menjadi ancaman tersendiri bagi negaranya. Oleh karenanya, generasi muda penerus bangsa perlu memiliki rasa cinta tanah air dalam sanubarinya agar tidak mudah ditipu dan terhegemoni oleh bangsa lain yang akan berdampak negatif pada eksistensi bangsanya sendiri.

Seiring maraknya hallyu di Indonesia bersamaan pula dengan merebaknya *hallyu* di berbagai kota-kota besar di Indonesia tidak luput Bandung pun terkena gelombang *hallyu* tersebut. Banyaknya fandom (komunitas/basis penggemar) penggemar Korea di Bandung menandakan *hallyu* sudah eksis dan menjadi hal yang tidak asing lagi. Peneliti berhasil mendata beberapa fandom penggemar Korea di Bandung sebagai berikut:

Tabel 1.1

Daftar Fandom di Bandung

No.	Fandom	Jumlah Anggota
1.	Elf (Super Junior fandom)	250
2.	Monbebe (Monsta x fandom)	28
3.	Army (BTS fandom)	146
4.	Got7 fandom	90
5.	VIP (Big Bang fandom)	75
6.	Ikonic (Ikon fandom)	91
7.	Incle (Winner fandom)	104

8.	Exo L (Exo fandom)	140
9.	Ygstand fandom	70

Sumber: hasil observasi peneliti (2016)

Tidak hanya itu saja, kini di Bandung sudah banyak cafe atau restoran ala Korea seperti chingu cafe, han gook kwan (restoran asli Korea), myeong ga, seorae, mujigae, tudari, yoogane, chung gi wa, dan wonjo. Hampir semua restoran tersebut hasil dari kerjasama pemerintah daerah dengan pengusaha Korea di bidang kuliner. Keaktifan penggemar Korea di Bandung dapat dikatakan sangat aktif seiring berjalannya waktu. Hal ini dibuktikan dengan seringnya mengadakan kegiatan, dalam setahun mereka dapat mengadakan kegiatan lebih dari dua kali dengan tema kegiatan yang berbeda-beda. Selain itu, sudah mulai tersebar pula outlet kosmetik Korea *online* maupun *offline* di Bandung dan tidak jarang hampir semua penikmat Korea ini menggunakan *smartphone* atau alat elektronik lain dengan merek brand asli Korea seperti Samsung dan LG.

Produk budaya yang disebar tidak hanya drama saja, namun sudah meluas pada produk musik pop (K-pop), *movie* (K-movie), *variety/reality show* (K-show), *game*, *food* (K-food), *fashion*, kosmetik, dan elektronik. Semua produk Korea ini disebarkan melalui teknologi informasi media massa terutama dalam tayangan drama, film, dan *music video*. Pengemasan produk budaya yang begitu menarik dan inovatif membuat para penikmat produk Korea yang notabene berusia remaja semakin terpicu untuk mendalami dan mengetahui produk budaya Korea sebagai hiburan.

Hegemoni budaya hallyu dilakukan tidak dengan paksaan, melainkan dengan bujukan secara halus dan perlahan-lahan melalui produk-produk budaya. Hal tersebut dijadikan sebagai *softpower* bagi pemerintah Korea. Melalui strategi *softpower* ini, masyarakat seakan-akan tersihir untuk terus mengonsumsi produk budaya pop Korea ini. Budaya pop Korea ini membentuk sebuah kebutuhan palsu bagi para pencintanya dengan alasan sekedar untuk hiburan. Namun, jika ditelusuri kembali hal tersebut dapat berimbas pada berubahnya cara pandang mereka terhadap bangsa mereka sendiri apabila mereka rajin berinteraksi dengan *hallyu*.

Fanatisme para penggemar Korea tentunya mengkhawatirkan bangsa karena akan menimbulkan masalah lain yakni konsumerisme yang berawal dari timbulnya kebutuhan hiburan palsu para penggemar Korea. Para penggemar Korea rela merogoh kocek yang besar untuk membeli produk Korea bahkan membayar tiket konser dan segala atribut idola mereka. Perubahan cara pandang atau pola pikir generasi muda pula menjadi ancaman. Produk budaya Korea yang kental akan nilai ke-Korean-nya menjadi tolak ukur para generasi muda Indonesia untuk meniru dan berpikir bahwa budaya Korea patut diikuti dan menjadi patokan hidup. Jika hal tersebut terjadi, maka kemungkinan budaya lokal Indonesia pun memudar serta menurunnya rasa cinta tanah air dan bangsa dengan cara membeli barang non-lokal dan kurangnya kebanggaan untuk memakai produk dalam negeri karena sejatinya fanatisme dan konsumerisme ini bentuk dari kurangnya kecintaan mereka terhadap bangsanya.

Hegemoni budaya ini akan menimbulkan dominasi budaya di Indonesia. Layaknya efek *western culture* yang melahirkan dampak negatif westernisasi yang menjangkit generasi muda. Hallyu mungkin saja akan menutupi pola pikir generasi muda Indonesia terhadap budaya lokal. Generasi muda senantiasa memaklumi dan meyakini hallyu sebagai budaya yang patut dicontoh dan layak diikuti tanpa berpikir akan identitas asli Budaya Indonesia dan seakan-akan mereka dibutakan dengan keindahan produk-produk budaya pop Korea.

Hegemoni budaya sebagai salah satu produk globalisasi seharusnya dapat dijadikan acuan bagi masyarakat untuk memajukan bangsanya dan dijadikan ajang untuk mengekskiskan daerahnya. Era globalisasi bukan untuk ajang merendahkan diri dan menjadi masyarakat yang pasif terhadap kebaruaran, melainkan menjadi masyarakat yang kritis dan aktif serta mampu berdaya saing tinggi. Tidak hanya dalam lingkup nasional saja, namun lingkup internasional. Nyatanya saat ini masyarakat begitu terlena dengan produk hegemoni budaya. Hal ini yang apabila berlarut-larut akan membahayakan keutuhan cinta masyarakat terhadap tanah airnya.

Oleh apa yang sudah dipaparkan sebelumnya, peneliti merasa tertarik untuk meneliti permasalahan ini. Besar atau tidaknya pengaruh hegemoni budaya

hallyu terhadap rasa cinta tanah air remaja Bandung dirasa penting untuk diteliti untuk mengetahui dan menjelaskan situasi penggemar Korea yang notabene berusia remaja saat ini. Hal tersebut tentunya sebagai acuan dan pencegahan dampak-dampak buruk yang merugikan bagi remaja dan budaya kedaerahan itu sendiri. Adapun teori yang dijadikan pisau analisis permasalahan ini adalah teori hegemoni budaya oleh Antonio Gramsci.

Adapun penelitian terdahulu dengan tema yang sama oleh Winda Pradini (2015) dengan judul “Pengaruh Budaya K-pop terhadap Nasionalisme Remaja” menjadi acuan peneliti untuk membahas *Korean Wave* dari segi yang berbeda. Peneliti pun memfokuskan penelitian dengan judul **“Pengaruh Hegemoni Budaya *Korean Wave (Hallyu)* terhadap Rasa Cinta Tanah Air Remaja di Bandung”**.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

1.2.1 Secara umum

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan sebelumnya, secara umum rumusan permasalahan penelitian adalah bagaimana pengaruh hegemoni budaya *Korean Wave (Hallyu)* terhadap rasa cinta tanah air remaja di Bandung.

1.2.2 Secara khusus

Agar penelitian ini terarah dan terfokus, peneliti memecahkan inti permasalahan menjadi tiga sub rumusan masalah penelitian khusus sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran hegemoni budaya *Korean Wave (Hallyu)* pada remaja di Bandung?
2. Seberapa besar rasa cinta tanah air remaja di Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh hegemoni budaya *korean wave (hallyu)* terhadap rasa cinta tanah air remaja di Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Secara umum, tujuan dari penelitian ini yang hendak dicapai adalah memperoleh gambaran pengaruh hegemoni budaya *Korean Wave (Hallyu)* terhadap rasa cinta tanah air remaja di Bandung.

1.3.2 Tujuan Khusus

Adapun tujuan khusus dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Mengetahui gambaran hegemoni budaya *Korean Wave* pada remaja di Bandung.
- b. Mengetahui seberapa besar rasa cinta tanah air remaja di Bandung.
- c. Mengetahui seberapa besar pengaruh hegemoni budaya *Korean Wave (hallyu)* pada penggemar Korea di Bandung terhadap perilaku cinta tanah air.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Secara Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan untuk memperdalam kajian sosiologi terutama dalam bahasan mengenai hegemoni budaya yang merupakan salah satu teori postmodern yang perlu dipahami sesuai dengan zaman yang terus berkembang.

1.4.2 Secara Praktis

Adanya penelitian ini, diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak terkait penelitian ini yakni sebagai berikut:

- a. Bagi masyarakat khususnya remaja, diharapkan mampu meningkatkan rasa cinta tanah air serta memiliki kedewasaan dalam menghadapi arus globalisasi untuk menghindari dampak negatif dari hegemoni budaya *Korean Wave*. Begitupula diharapkan generasi muda Indonesia untuk mempersiapkan dirinya menjadi sosok yang mampu berdaya saing tinggi, memiliki intelektual tinggi dan mencerminkan sifat-sifat yang terpatri dalam Pancasila untuk melestarikan budaya kedaerahan dan bangsa.
- b. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan referensi dalam memahami fenomena *Korean*

Wave dipandang dalam segi hegemoni budaya di Indonesia serta menjadi acuan penelitian yang lebih baik.

- c. Bagi Program Studi Pendidikan Sosiologi, diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan dan pemikiran kepada mahasiswa untuk memahami fenomena *Korean Wave* saat ini. Begitupula diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan mengenai hegemoni budaya yang merupakan hasil dari adanya globalisasi budaya serta pentingnya peningkatan rasa cinta tanah air bagi generasi muda penerus bangsa Indonesia untuk menjadi negara yang mampu berdaya saing tinggi di kancah internasional.
- d. Bagi pemerintah dan lembaga terkait kebudayaan dan pendidikan, diharapkan dapat meningkatkan pendidikan kebangsaan dan kewarganegaraan di persekolahan maupun di luar sekolah demi terciptanya nasionalisme bagi generasi penerus bangsa sebagai benteng pertahanan melawan dampak negatif dari globalisasi yang kasat akan neo-kolonialisme.

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Adapun sistematika penulisan skripsi untuk penulisan skripsi yang lebih sistematis sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan. Pada bab ini dipaparkan mengenai latar belakang penelitian sebagai alasan peneliti untuk meneliti permasalahan yang akan diangkat. Selain itu, pada bab ini pula dipaparkan mengenai rumusan masalah penelitian sebagai tindak lanjut pembahasan masalah yang lebih spesifik mengacu pada pertanyaan inti pembahasan penelitian. Tujuan penelitian, manfaat penelitian serta struktur organisasi skripsi pula akan dipaparkan pada bab ini agar penelitian lebih terarah dan terfokus pada tujuan penelitian serta dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait pada penelitian ini.

BAB II Kajian Pustaka/Landasan Teoritis. Dalam bab ini peneliti akan memaparkan dan menjelaskan konsep teori yang akan digunakan pada penelitian. Tidak hanya teori saja, namun akan dilengkapi pula dengan pembahasan dari penelitian terdahulu yang sesuai dengan penelitian. Hal ini dilakukan agar memudahkan dan mengarahkan penelitian mengacu pada literatur yang sesuai

serta menyesuaikan hasil temuan penelitian dengan literatur teori dan penelitian sebelumnya.

BAB III Metode Penelitian. Pada bab ini ditampilkan prosedur penelitian yang akan dilakukan mulai dari pendekatan penelitian, model penelitian yang akan diterapkan, instrumen penelitian beserta lokasi dan responden penelitian, tahap pengumpulan data, sampai pada tahap analisis data. Tahapan-tahapan tersebut dilakukan dengan tertib agar menghasilkan penelitian yang valid.

BAB IV Temuan dan Pembahasan. Bab ini akan dipaparkan hasil temuan penelitian yang sudah dilakukan berdasarkan hasil pengolahan data penelitian dan analisis data yang disesuaikan dengan perumusan masalah. Selain itu, dipaparkan pula pembahasan dari hasil temuan penelitian. Pembahasan dilakukan untuk menjelaskan hasil temuan agar lebih mudah dipahami dan dikaitkan dengan rumusan serta tujuan penelitian.

BAB V Simpulan, Implikasi, dan Rekomendasi. Pada bab ini peneliti memaparkan hasil penafsiran penelitian dan pemaknaan peneliti terhadap hasil analisis data temuan penelitian. Peneliti pula memaparkan rekomendasi serta kelemahan dari penelitian ini kepada pihak-pihak terkait sebagai hasil tindak lanjut penelitian yang lebih baik.