



Pengaruh Soft Power Korea Dalam Budaya Korean Wave Sebagai Eksistensi Identitas Nasional

Fuji Ameilia¹, Maulana Rifai², Prilla Marsingga³

^{1,2,3}Universitas Singaperbangsa Karawang

Received: 05 Oktober 2025

Revised: 17 Oktober 2025

Accepted: 28 Oktober 2025

Abstrak

Korean Wave adalah istilah yang merujuk pada penyebaran budaya pop Korea secara global ke berbagai negara di dunia yang dimulai sejak tahun 1990-an. Fenomena *Korean Wave* atau gelombang budaya Korea ini saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Fenomena ini berkembang tidak hanya di Indonesia, tetapi juga di berbagai belahan dunia. Melalui fenomena ini, pemerintah Korea Selatan memanfaatkan *Korean Wave* sebagai instrumen soft power mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana soft power Korea Selatan dapat memengaruhi identitas nasional Indonesia. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *Korean Wave* dapat dengan mudah diterima dan memengaruhi gaya hidup serta budaya nasional yang ada, khususnya di kalangan anak muda. Secara tidak sadar, pengaruh soft power Korea melalui fenomena *Korean Wave* juga dapat berdampak terhadap munculnya ancaman budaya terhadap identitas nasional Indonesia.

Kata Kunci: *Korean Wave, Soft power, Identitas nasional, Globalisasi*

(*) Corresponding Author:

How to Cite: Ameilia, F., Rifai, M., & Marsingga, P. (2025). Influence of Korean Soft Power through Korean Wave Culture on the Existence of National Identity. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(11.D), 41-51. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/11999>.

PENDAHULUAN

Power merupakan sesuatu yang dihasilkan dalam dan selama proses sosial yang memiliki dampak terhadap aktor yang memungkinkan untuk memperoleh kontrol terhadap nasibnya, dimana konsep power ini memiliki dua dimensi sebagai intinya yang pertama adalah jenis hubungan sosial melalui aktor yang memiliki kapasitas untuk mempengaruhi dan spesifikasi dari hubungan sosial tersebut (Barnett & Duvall, 2005). Power dalam hubungan antarnegara di bagi menjadi 2 yakni, hard power dan soft power. Hard power didefinisikan sebagai kemampuan suatu pihak untuk memaksa pihak lain melakukan sesuatu yang dikehendaki pihak pertama. Hard power menggunakan ancaman kekuatan sebagai instrumen dalam tindakannya. Nye & Koehana dalam (Yani, Montratama, & Mahyudin, 2017) menjelaskan bahwa Soft power merupakan kemampuan suatu pihak untuk mengarahkan pihak lain dan mengikuti kemauan pihak pertama tanpa tekanan. Soft power merupakan sebuah bentuk baru dari power yang menekan pada daya tarik dari sebuah negara. Soft power berbeda dengan power yang saat ini dikenal adalah power yang bersifat fisik seperti, kekuatan militer dan ekonomi. Sumber-sumber yang dapat menjadi modal negara-negara untuk melakukan soft power antara lain, budaya (di tempat yang menarik bagi orang lain), nilai-nilai

politik (ketika hidup sesuai dengan mereka di dalam dan luar negeri), dan kebijakan luar negerinya (ketika mereka terlihat sebagai sah dan memiliki otoritas moral) (Yani, Montratama, & Mahyudin, 2017). Dari definisi tersebut kita dapat melihat sebuah negara yang mempraktekan soft power negara nya, yaitu Korea Selatan.

Perkembangan teknologi informasi membuat setiap orang dapat mengetahui trend maupun fenomena global saat ini dengan sangat mudah. *Korean Wave* kini menjadi fenomena besar yang menarik perhatian masyarakat dunia. *Korean Wave* adalah sebuah fenomena arus penyebaran budaya Korea melalui kebudayaan populer seperti film, drama, musik, *fashion*, dan lain-lain (Maulani, 2021). Korea Selatan menjadikan fenomena *Korean Wave* ini sebagai power mereka dalam hubungan antar negaranya. *Korean Wave* sendiri muncul di Indonesia pada awal tahun 2002 yang ditandai dengan pemutaran drama *Mother's Sea* di salah satu stasiun TV nasional Indonesia.

Indonesia juga tidak luput dari dampak yang diberikan oleh *Korean Wave*, maka dari itu kami ingin mengetahui dampak dari *Korean Wave* yang mengancam eksistensi identitas nasional Indonesia. Identitas nasional dalam konteks Indonesia dijelaskan dalam arti nilai-nilai budaya yang tumbuh dan berkembang dalam berbagai kehidupan, hal itu merupakan bagian dari pemersatu Indonesia dan menjadi budaya nasional yang sangat berkaitan dengan Pancasila dan Bhineka Tunggal sebagai dasar dari proses perkembangannya. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa jati diri bangsa Indonesia Pancasila yang perwujudannya terlihat dalam tatanan nilai-nilai budaya yang tercermin dalam jati diri bangsa dan senantiasa berkembang demi kemajuan bangsa (Busrizalti, 2013).

Identitas nasional Indonesia merupakan ciri atau ciri khas yang membedakan bangsa Indonesia dengan suku bangsa lain di dunia (Hendrizal, 2020). Istilah identitas nasional berasal dari kata identitas dan nasional atau bangsa. Identitas secara harfiah berarti ciri, tanda, atau identitas yang melekat pada seseorang atau sesuatu untuk membedakannya dengan orang lain. Sedangkan kata "bangsa" merupakan identitas yang diasosiasikan dengan kelompok yang lebih besar, terikat oleh persamaan, baik yang bersifat material, seperti budaya, agama, bahasa, maupun yang bersifat immaterial, seperti keinginan, cita-cita, dan tujuan (UIN, 2005). Sehingga, jika suatu hal yang mengancam identitas nasional suatu negara, berarti hal itu juga berdampak pada keinginan, cita-cita dan tujuan dari negara tersebut.

Identitas nasional Indonesia mengacu pada negara pluralistik yang tercermin dalam keragaman suku, agama, budaya dan bahasa. Kebudayaan merupakan unsur identitas bangsa, norma nilai moral dan etika, baik nilai yang diinginkan untuk dimiliki, maupun nilai yang bersifat fungsional dan berguna dalam kehidupan sehari-hari. Banyaknya budaya yang ada di Indonesia membentuk identitas nasional menjadisebuah negara kaya akan pluralism (Busrizalti, 2013). Tentunya banyak sekali aspek positif dari keragaman budaya negeri ini, salah satunya adalah Indonesia yang memiliki reputasi internasional akan budayanya yang kaya dan beragam. Budaya ini dapat dijadikan sebagai daya tarik atau daya tarik bagi wisatawan asing ke Indonesia (Busrizalti, 2013). Maka

dari itu, Korea menggunakan soft power, untuk memasukan Korean Wave (budaya asing) ke Indonesia.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode deskriptif bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan fenomena yang sedang berlangsung. Dalam hal ini, fenomena yang dimaksud adalah penyebaran budaya Korea melalui Korean Wave dan dampaknya terhadap identitas nasional Indonesia.

Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami fenomena sosial dan budaya secara mendalam, khususnya dalam melihat bagaimana masyarakat Indonesia terutama generasi muda menerima budaya Korea dan bagaimana hal tersebut memengaruhi nilai-nilai budaya lokal yang menjadi bagian dari identitas nasional.

Fokus dari penelitian ini adalah pada pengaruh soft power Korea Selatan melalui Korean Wave terhadap eksistensi identitas nasional Indonesia. Penelitian ini mengamati bagaimana unsur-unsur budaya Korea (musik, drama, fashion, makanan, dll.) masuk ke dalam kehidupan masyarakat Indonesia dan bagaimana hal itu berdampak pada pola pikir, perilaku, serta gaya hidup masyarakat.

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui studi kepustakaan (*library research*), yaitu dengan mengkaji berbagai literatur yang relevan seperti jurnal ilmiah, artikel, laporan, buku, serta sumber-sumber digital yang membahas tentang Korean Wave, soft power, dan identitas nasional. Selain itu, data sekunder dari berbagai lembaga atau situs resmi juga digunakan untuk memperkuat analisis.

Data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif-deskriptif, yaitu dengan cara mengorganisasikan data, menginterpretasikan makna dari informasi yang telah dikumpulkan, serta mengaitkannya dengan konsep-konsep teoretis terkait soft power dan identitas nasional. Analisis ini bertujuan untuk menjelaskan secara naratif dan mendalam tentang keterkaitan antara penyebaran budaya Korea dengan perubahan atau potensi ancaman terhadap identitas nasional Indonesia. Penelitian ini bersifat kepustakaan dan dilakukan secara daring, sehingga tidak terbatas pada satu lokasi tertentu. Adapun waktu pelaksanaan penelitian dilakukan dalam rentang waktu tertentu sesuai dengan jadwal penyusunan karya ilmiah ini.

HASIL DAN DISKUSI

Hasil

Soft power timbul dari nilai-nilai yang diekspresikan dalam kebudayaan suatu negara, kebijakan dan praktik di dalam negeri suatu negara, dan dalam cara-cara menangani hubungan dengan pihak lain. Joseph S. Nye, Jr. dalam (Ambarwati & Wijatmadja, 2016) mengemukakan bahwa sumber utama soft power suatu negara terletak pada tiga hal utama, yaitu dalam budayanya, dalam nilai-nilai politiknya, dan dalam kebijakan luar negerinya. Mengacu pada sumber utama soft power, Korea Selatan menggunakan budayanya sebagai salah satu instrumen soft power nya dalam penyebaran Korean Wave di Indonesia melalui musik Kpop, drama, fashion, bahasa, hingga makanan.

Dalam nilai politiknya penyebaran Korean Wave yang dilakukan Korea

Selatan belum mempengaruhi nilai politik yang ada di Indonesia, sedangkan dalam nilai kebijakan luar negerinya Korea Selatan menjadikan Korean Wave sebagai alat diplomasinya untuk memenuhi kepentingan nasional Korea Selatan. Perkembangan K-Pop yang berlangsung sangat pesat di Indonesia dan diikuti dengan terbentuknya kesan atau persepsi positif masyarakat Indonesia terhadap Korea menciptakan hubungan antar kedua negara menjadi kuat sehingga dapat mendukung pertumbuhan kinerja di berbagai sektor seperti sosial budaya, politik dan ekonomi (Padmo et al., 2020).

Diskusi

Perkembangan Korean Wave

Korean Wave merupakan budaya populer yang menjadi fenomena besar yang dihasilkan oleh adanya globalisasi. Globalisasi membuat individu dapat dengan mudah mengakses dan mencari informasi tentang fenomena yang sedang terjadi di dunia saat ini. Media menjadi senjata utama dalam penyebaran budaya di era globalisasi, media merupakan saluran yang berpengaruh dalam pendistribusian kebudayaan global yang secara langsung memengaruhi gaya hidup masyarakat sebagai konsumen suatu budaya.

Korean Wave muncul sekitar akhir 1990-an, dengan diawali masuknya serial drama Korea di Tiongkok. Selain itu eksistensi musik pop Korea melalui boyband H.O.T di Tiongkok mulai mendapatkan popularitas. Tidak hanya penyebaran di Tiongkok pada paruh pertama tahun 2000-an penyebaran Korean Wave juga merembet ke negara Asia lainnya terutama Asia Tenggara, pada paruh kedua tahun 2000-an mulai menyebar di Amerika Selatan, Timur Tengah, dan sebagian Afrika. Hingga akhirnya sekitar tahun-tahun terakhir dekade pertama abad ke-21 fenomena Korean Wave mulai menyebar ke Amerika Serikat dan juga Eropa (Simbar, 2016). Pola penyebaran Korean Wave sebagai fenomena budaya Korea Selatan dilakukan melalui film, serial drama, musik pop (Kpop), fashion, makanan bahkan bahasa. Korean Wave sendiri muncul di Indonesia pada awal tahun 2002 yang ditandai dengan pemutaran drama *Mother's Sea* di salah satu stasiun TV nasional Indonesia. Hingga kini meskipun drama korea sudah jarang ditayangkan di TV nasional tidak menutup akses masyarakat untuk menonton drama karena adanya perkembangan teknologi sehingga tanpa di tayangkan di TV pun masyarakat masih tetap bisa menonton drama korea melalui layanan streaming berbayar. Industri K-pop tidak kalah populer dari K-drama sehingga berdampak juga pada penyebaran Korean Wave dalam skala yang lebih luas. Fenomena ini terus berlanjut pada tahun 2012 dimana industri musik mulai menjadi bisnis yang menjanjikan, mengingat adanya pencapaian popularitas K-pop yang tinggi di berbagai negara. Dikutip dari urbandigital.id (2021), Indonesia sendiri menurut data dari Spotify menduduki negara peringkat ke 2 dibawah Amerika Serikat sebagai negara yang paling banyak mendengarkan lagu Kpop dan disusul oleh beberapa negara Asia lainnya seperti Filipina, Malaysia, Taiwan, dll. Melihat data tersebut yang didominasi oleh negara Asia Tenggara tidak heran jika Korea Selatan memusatkan pasar Kpop mereka ke Asia Tenggara dan Amerika Serikat, sebagai contoh salah satu perusahaan agensi musik Korea Selatan yakni, SM Entertainment memiliki cabang perusahaan di Indonesia dan juga Amerika Serikat. Selain itu, dalam mengadakan konser world tur musisi

Korea Selatan tidak pernah absen untuk mengadakan konser tersebut di Asia Tenggara.

Dalam dunia fashion, Korean Fashion dan kosmetik Korea menjadi salah satu tren mode yang sedang naik daun di kalangan masyarakat dampak dari drama Korea serta idola K-Pop yang dapat merubah preferensi mereka dengan banyaknya penggunaan produk make-up, pakaian Korea, skincare dan sebagainya. Dengan fashion Korea yang sering menggunakan warna cerah dan model pakaian unik membuat masyarakat Indonesia, terutama milenial sangat tertarik untuk mencobanya. Selain musik, drama, fashion dan kosmetik, perkembangan makanan Korea di Indonesia juga tidak kalah populernya, dapat dilihat dari maraknya restoran masakan korea yang ada, produk makanan instan yang mudah dijumpai di swalayan serta pedangan kaki lima yang mulai berjualan jajanan Korea. Gelombang kepopuleran budaya Korea ini juga meningkatkan minat masyarakat Internasional dalam mempelajari bahasa Korea. Pada sebuah laporan Modern Language Association menunjukkan pembelajaran bahasa Korea di berbagai universitas AS naik hampir 14% antara tahun 2013 dan 2016, berbeda dengan pengajaran bahasa-bahasa lain yang justru mengalami penurunan (BBC, 2018). Pada hasil penelitian penggemar Kpop di Aljazair menemukan para penggemar mulai mengubah cara berbicara mereka dengan menambahkan kata-kata atau frase bahasa Korea dalam pembicaraan sehari-hari (Pickles, 2018).

Penggunaan Soft power Korea Pada Penyebaran Kultur Sosial-Budayanya di Dunia

Kesuksesan Korean Wave dimanfaatkan Pemerintah Korea Selatan sebagai instrument soft power. Kebijakan pemerintah Korea Selatan mengenai soft power diplomasi saat ini berperan besar dalam meningkatkan nama baik dan citra nasional bangsa di mata internasional. Pemerintah Korea Selatan menyadari bahwa Korean Wave membawa keuntungan besar bagi Korea Selatan baik dari segi ekonomi maupun politik di mata dunia. Maka dari itu, pemerintah Korea Selatan sangat serius dalam mengembangkan dan meningkatkan Korean Wave ini dengan cara membiayai dan menyebarluaskan secara terus menerus ke masyarakat Internasional. Dengan semakin meningkat dan memuncaknya citra Korean Wave atau Hallyu dimasyarakat internasional, pemerintah Korea memberikan dukungan penuh terhadap penyebaran Hallyu di luar Korea (Sendow et al., 2019). Peran pemerintah Korea Selatan dapat dilihat dari dukungan dan kontribusinya dalam penyebaran Korean Wave. Dukungan pemerintah tersebut dapat dilihat melalui tindakan pemerintah Korea Selatan dalam beberapa tahun terakhir, seperti membentuk lembaga pemerintahan yang bertanggung jawab terhadap penyebaran Korean Wave dibawah naungan Kementerian Budaya, Olahraga dan Pariwisata Korea Selatan, antara lain Korean Tourism Organization (KTO), Korean Culture and Information Service (KOCIS), Korean Film Council (KOFIC), Korea Creative Content Agency (KOCCA) dan Korea Foundation for International Cultural Exchange (KOFICE). Selain itu, dukungan finansial juga diberikan pemerintah Korea Selatan kepada industri budaya populer seperti memberi subsidi pada industri musik sebesar 40 miliar Won pada tahun 2007 serta investasi sebesar 2 triliun Won pada tahun 2008 untuk membentuk Korean Wave Hollywood sebagai upaya untuk membentuk Budaya Asia Timur yang dapat

disandingkan dengan Hollywood di Amerika Serikat. Pemerintah Korea Selatan juga menunjukkan dukungannya untuk Korean Wave dengan memberikan penghargaan kepada aktor/aktris hingga idol kpop sebagai duta dalam industri budaya, seperti contohnya girlband Wonder Girls yang menjadi duta makanan Korea, Kim Hyun Joong sebagai Duta Besar PBB untuk program kesejahteraan sosial, Hyunbin sebagai Duta Besar pertahanan Korea, aktor Song Joong-Ki pemeran utama drama fenomenal “Descendant of the Sun” yang diangkat sebagai duta kehormatan pariwisata Korea tahun 2016, bahkan BTS ditunjuk secara langsung oleh presiden Korea Selatan saat itu Moon Jae-in sebagai utusan khusus untuk diplomasi publik.

Pemerintah Korea Selatan juga memiliki 3 strategi dalam perkembangan Korean Wave. Pertama, mengembangkan angka pertumbuhan domestik. Kedua, Korea Selatan menggunakan Korean Wave sebagai salah satu media dalam menghubungkan negaranya dengan negara-negara lain. Ketiga, menjadikan Korea Selatan aktif di kancah internasional, Korean Wave digunakan pemerintah Korea Selatan untuk membangun diplomasi dengan negara lain. Korea Selatan cukup sering menyelipkan aspek Korean Wave dalam beberapa agenda mereka, dimana pemerintah Korea Selatan menggunakan artis, boyband, atau girlband dalam beberapa agenda mereka. Pemerintah Korea Selatan belum lama ini juga memanfaatkan Kpop, melalui boyband BTS yang secara resmi ditunjuk menjadi Duta Kehormatan Busan World expo 2030 untuk mempromosikan Kota Busan dalam ajang World Expo 2030. Kota Busan menjadi salah satu kompetitor untuk sebuah tender menjadi tuan rumah ‘World Expo 2030’.

Dalam hal ini, penunjukkan BTS diharapkan dapat menjadi kesempatan untuk menarik perhatian dan dukungan dari seluruh dunia. Rangkaian kegiatan BTS dimulai dari terlibatnya di berbagai kegiatan promosi untuk mengumpulkan minat dan dukungan global hingga nantinya BTS akan memandu pejabat BIE (Bureau International des Expositions) selama inspeksi dalam penentuan tuan rumah World Expo 2030. Busan World Expo 2030 juga telah mengadakan konser BTS gratis sebagai upaya dukungan dan meningkatkan daya tarik kota Busan secara global. Konser gratis yang bertajuk ‘BTS Yet to Come in Busan’ ini terbukti meningkatkan wisatawan asing yang berkunjung ke Busan untuk melihat konser ini secara langsung. Ditunjuknya BTS sebagai Duta Kehormatan dalam Busan World Expo 2030 ini bukan tanpa sebab, Popularitas BTS sebagai salah satu vokal grup yang sudah mengglobal memiliki pengaruh yang kuat di dunia. Popularitas yang dimiliki BTS dapat terbilang tinggi, dalam “Brand Reputation” di Korea Selatan yang dirilis oleh The Korean Business Research Institute, BTS menempati posisi satu dalam kategori Boy Group sejak juni 2018 hingga terakhir Maret 2022 (Soompi, 2022). BTS juga mendobrak rekor di seluruh dunia yang membuktikan status mereka sebagai boyband terbesar di dunia saat ini dengan meraih posisi nomor satu di tangga lagu resmi musik di Amerika Serikat, Inggris, Australia, Kanada, dll. dan meraih banyak penghargaan dalam acara penghargaan musik di seluruh dunia.

Di luar musik, BTS menggunakan popularitas global mereka untuk meluncurkan kampanye global ‘Love Myself’ untuk melawan kekerasan. Kampanye ini merupakan tindak lanjut dari kemitraan BTS dengan UNICEF

dalam upaya untuk mensponsori kampanye yang disebut #ENDviolence yang bertujuan memastikan anak-anak dan remaja di dunia hidup aman dan sehat tanpa takut akan kekerasan dari kampanye inilah BTS juga mencetak sejarah sebagai musisi Korea Selatan pertama yang berpidato di sidang umum PBB. Oleh karena itu, dengan ditunjuk nya BTS yang memiliki popularitas yang tinggi dan pengaruh yang besar secara global sebagai Duta Kehormatan Busan World Expo 2030 diharapkan dapat meningkatkan penilaian Busan sebagai tuan rumah World Expo 2030.

Penggunaan *Soft power* Korea Pada Penyebaran Kultur Sosial-Budayanya di Indonesia

Kebudayaan Korea yang masuk ke Indonesia semakin berkembang setiap waktunya seiring dengan adanya globalisasi. Perkembangan Korean Wave sangat pesat terjadi di Indonesia dalam kurun waktu tahun 2006 hingga tahun 2019 yang disertai dengan terbentuknya citra ataupun pandangan positif masyarakat Indonesia terhadap Korea Selatan (Sendow et al., 2018).

Dalam mendukung perkembangan Korean Wave di Indonesia, Korea Selatan mendirikan pusat informasi negara dan kebudayaan Korea yakni Korean Culture Center Indonesia (KCCI) pada 18 Juli 2011. Melalui KCCI, pemerintah Korea dapat menyelenggarakan berbagai program dalam menyebarkan budaya Korea di Indonesia, serta mendukung pertukaran budaya Korea dan Indonesia. Selain itu, tahun 2013 sebagai awal mula Korea Selatan dan Indonesia melakukan sebuah kesepakatan mengenai kerja sama pada industri kreatif. Dampak positif dari adanya kesepakatan tersebut yaitu memberi bantuan dalam mengembangkan aktor industri kreatif dan meningkatkan investasi Korea Selatan di Indonesia terutama dalam sektor perfilman. Terdapat beberapa bentuk kerja sama yang dilakukan antara Korea Selatan dan Indonesia, yang meliputi pertukaran fashion melalui Young Creator Fashion Institute (YCIFI) dan kolaborasi Fashion Indonesia-Korea, bertukar promosi perfilman melalui Indonesia-Korea Cinema Global Networking, pertukaran film animasi melalui film FriendZoo, bertukar kuliner melalui acara KFood Fair Jakarta, bekerja sama dalam pengembangan konten TV melalui Join Vneture NET TV beserta KBS dan CJ Entertainment, dan sebagainya. Perkembangan Korean Wave di Indonesia juga menjadi salah satu keuntungan bagi Korea Selatan dibidang pariwisata, menurut statistic data Organisasi Pariwisata Korea (KTO), 17.241.823 Foreign Tourist mengunjungi Korea Selatan, dibandingkan dengan tahun 2015 jumlah wisatawan meningkat 30,3%, dan total Foreign Tourist yaitu berjumlah 13.231.651. Indonesia menjadi negara dengan penyumbang terbanyak wisatawan yang berkunjung ke Korea Selatan jika dibandingkan dengan negara di Asia Tenggara lainnya yaitu sebesar 52%. (Nursastri, 2017). Adanya jumlah besar wisatawan Indonesia yang berkunjung ke Korea Selatan tentu tidak luput dari dampak perkembangan Korean Wave itu sendiri, bisa melalui kepopuleritasan suatu tempat yang ditayangkan dalam sebuah drama Korea yang membuat para wisatawan ingin berkunjung ke tempat tersebut, atau bisa saja melalui idol kpop yang sering atau pernah mengabadikan moment di beberapa tempat yang membuat para penggemar ingin mengabadikan moment ditempat yang sama seperti idola mereka.

Dampak dari *Korean Wave* yang dapat Mengancam Identitas Nasional

Indonesia

Korean Wave atau juga dikenal dengan Hallyu telah menjadi tren di Asia Timur dan Tenggara, bahkan musik K-POP (tren musik pop Korea) telah mendunia. Industri Hallyu adalah kegiatan untuk menyebarkan budaya Korea ke luar negeri. Awal mula masuknya Hallyu atau Korean Wave ke Indonesia 2002 dengan munculnya drama Korea terpopuler yang disiarkan oleh stasiun televisi swasta (Meidita, 2013). Namun, masuknya budaya Korea ke Indonesia membawa dampak negatif yang bisa mengancam identitas nasional Indonesia.

Menurut (Hendrizar, 2020), identitas bangsa Indonesia sangat beragam (pluralistik) baik dari segi sosial budaya maupun keyakinan agama. Keberagaman dari identitas nasional Indonesia, sebagai berikut:

- Identitas dasar/ideal, Pancasila, adalah falsafah bangsa.
- Identitas instrumental, yaitu identitas sebagai alat untuk mewujudkan Indonesia yang ideal. Alat-alat tersebut adalah UUD 1945, lambang negara, bahasa Indonesia, dan lagu kebangsaan.
- Identitas keagamaan, yaitu Indonesia dengan beragam agama dan kepercayaan.
- Identitas sosial budaya, yaitu Indonesia yang beragam secara etnis dan budaya.
- Identitas alamiah bahwa Indonesia adalah negara kepulauan terbesar di dunia.

Dalam pembahasan *Korean Wave* ini, identitas bangsa Indonesia yang terancam adalah identitas social-budayanya. Dengan adanya fenomena *Korean Wave* di Indonesia cukup memberikan dampak yang negative. Sehingga dapat melupakan budaya Indonesia atau budaya asal. Dampak negative dari munculnya trend *Korean Wave* di Indonesia, yaitu:

a. Gaya hidup masyarakat Indonesia yang konsumtif

Pengaruh gaya hidup Korea saat ini telah mengubah kebiasaan masyarakat Indonesia. Karena, tidak bisa dipungkiri bahwa hampir seluruh generasi di Indonesia sangat menyukai Korean culture. Dari mempelajari budaya, gaya hidup, mengikuti penampilan luar sebenarnya sangat berbeda dengan budaya Indonesia. Pada saat ini, kebanyakan masyarakat Indonesia lebih memilih membeli barang yang impor langsung dari Korea daripada produksi lokal, dengan alasan meniru trend yang sedang ramai di Korea. Begitupun juga dengan industry kosmetik, kosmetik juga menjadi objek yang tidak terpisahkan dari wanita Indonesia, mereka percaya bahwa dengan menggunakan kosmetik Korea, wajah mereka akan secantik dan sehalus artis Korea (Meidita, 2013). Maka dari itu, masyarakat Indonesia rela mengeluarkan uang yang banyak, demi membeli produk kosmetik Korea. Hal ini sangat berdampak terhadap industry kosmetik Indonesia, para pengusaha kosmetik lokal mencari jalan bagaimana caranya produk-produk kosmetik lokal dapat bersaing di pasar nasional maupun Internasional. Akhirnya, Penggunaan artis Korea Selatan sebagai star ambassador perawatan kulit (skincare), telah menjadi tren dalam beberapa tahun terakhir, hal ini memicu perdebatan di masyarakat setempat. Selain itu, alasan pemilik produk lokal

mempercayai artis Korea sebagai Brand Ambassador adalah karena mereka menemukan konsumen di pasar yang sangat tertarik dengan Brand Ambassador yang mereka pilih. Seperti pengertian dari Brand Ambassador sendiri ialah adalah seseorang yang mempromosikan barang dan produknya ke jaringan mereka dengan tujuan meningkatkan product knowledge, brand awarness dan mendorong penjualan. Maka dari itu, perlu ditanyakan apakah penggunaan Brand Ambassador ini bisa mengancam eksistensi Identitas nasional. Dengan maraknya penggunaan artis korea sebagai Brand Ambassador kosmetik dan skincare lokal ini, membuat luntarnya budaya Indonesia. Hal ini juga membuat standar kecantikan di Indonesia pun semakin lama semakin bergeser.

b. Timbulnya sikap fanatisme yang berlebihan

Fanatisme dapat diartikan sebagai sikap atau perilaku ketika seseorang menunjukkan minat yang berlebihan terhadap sesuatu. Stereotip fanatik ini sering terlihat pada penggemar baru yang masih begitu bergairah dan mudah terhipnotis sehingga selalu memuja idolanya seperti dewa (Chintia Putri Amelia, 2022). Belakangan ini banyak ditemukan fenomena fanwar sebagai salah satu bentuk fanatisme oleh para penggemar K-Pop di Indonesia. (Rinata & Dewi, 2019). Dalam budaya penggemar, perang penggemar atau pertengkaran antar penggemar sudah menjadi hal yang lumrah. Penggemar remaja, termasuk remaja Indonesia, kerap melakukan kekerasan dalam bentuk kata-kata kotor dan makian (Nugraini, 2016).

Agresi verbal dilakukan penggemar K-Pop melalui media sosial. Beberapa bentuk fanwar yang sering terjadi di media sosial yakni komentar jahat, saling adu argumen antar penggemar lain, menunjukkan kebencian dan tidak sependapat akan suatu hal. Mereka bahkan menyebarkan fitnah, memaki, dan bersikap anarkis. Hal ini kemudian menjadi masalah, karena mengakibatkan korban mengalami tekanan mental, stres, depresi, cemas, tidak percaya diri, dan merasa tidak aman (Wishandy, Louisa, & Utami, 2019).

KESIMPULAN

Dari penelitian ini penulis dapat menyimpulkan munculnya *Korean Wave* memberikan dampak yang cukup besar di dunia, terutama di Indonesia. Sejak muncul di Indonesia pada tahun 2002 budaya korea selatan atau *Hallyu* ini mempunyai peminat yang sangat besar di Indonesia hingga sekarang. Perkembangan *Korean Wave* yang memberikan dampak yang baik kepada Korea Selatan dan dimanfaatkan oleh pemerintah Korea Selatan sebagai *soft power* negaranya dengan menjadikannya sebagai alat diplomasi. Kebijakan-kebijakan bahkan dukungan selalu diberikan pemerintah Korea Selatan kepada setiap instrumen yang berpengaruh dalam upaya memperkembangkan fenomena *Korean Wave* ini. Namun, disisi lain perkembangan *Korean Wave* yang terus meluas dan mudah diterima masyarakat Indonesia bisa menjadi instrumen yang mengancam pada identitas nasional Indonesia. *Korean Wave* memberikan pengaruh dalam nilai-nilai identitas nasional yang ada melalui budaya, industri kreatif bahkan sampai pada di industri makanan. *Korean Wave* juga memberikan dampak pada

perilaku masyarakat antara lain maraknya sikap konsumtif dan fanatisme di lingkungan masyarakat, yang mana hal itu dapat mengancam identitas nasional, bahkan bisa saja menimbulkan perpecahan antar bangsa.

REFERENSI

- Abidin, Z. (2019). Hubungan Antara Tayangan K-Drama di Televisi dengan Perilaku pada Anak Remaja dalam Mengimitasi Korean Fashion. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*.
- Ainaiya, Z. (2022, Juni 16). Skincare Lokal Berlomba Menjadikan Artis Korea Selatan BA Indonesia Retrieved fromKumparan: <https://kumparan.com/zahra-ainaiya/skincare-lokal-berlomba-menjadikan-artis-korea-selatan-ba-indonesia-1yEaDvP2HNe>
- Alunaza, H. (2015). ANALISA DIPLOMASI BUDAYA INDONESIA MELALUI TARI SAMAN GAYO DALAM MENGGUKUHKAN IDENTITAS NASIONAL. *Jurnal Hubungan Internasional*.
- Ambarwati, & Wijatmadja, S. (2016). Pengantar Ilmu Hubungan Internasional. Malang: Intrans Publishing.
- Arsyad, S. N. (2021). SINERGITAS PEMERINTAH KOREA SELATAN DAN BTS DALAM DIPLOMASI BUDAYA MENGGUNAKAN.
- Barnett, M., & Duvall, R. (2005). Power in Internasional Politics. *Internasional Organization*, 39-75.
- Berliantika, C. N. (2022). Strategi Pemerintah Korea Selatan Dalam Ekspor Industri KreatifTahun 2016-2018. *Jurnal of International Relations*, 499-510.
- Chintia Putri Amelia. (2022, May 20). Fanatisme Penggemar K-Pop di Media Sosial. Retrieved from detik.com: <https://news.detik.com/kolom/d-6086053/fanatisme-penggemar-k-pop-di-media-sosial>
- Dinar, R. E., Abidin, Z., & Rifai, M. (2022). Fan Culture Dan Perkembangan Kreativitas Remaja Kpopers. *Jurnal Politikom Indonesia: Kajian Ilmu Pemerintahan, Ilmu Politik dan Ilmu Komunikasi*.
- Hendrizar. (2020). MENGULAS IDENTITAS NASIONAL BANGSA INDONESIA TERKINI. *Jurnal PPKN dan Hukum*, 5.
- Maulani, D. A. (2021, Februari 24). Indonesiana.id. Retrieved from indonesiana.id website: <https://www.indonesiana.id/read/145608/korean-wave-di-indonesia>
- Meidita, A. (2013). DAMPAK NEGATIF INDUSTRI HALLYU KE INDONESIA. *eJournal Ilmu Hubungan Internasional*, 980.
- Nugraini, E. D. (2016). FANATISME REMAJA TERHADAP MUSIK POPULER KOREA DALAM PERSPEKTIF PSIKOLOGI SUFISTIK (Studi Kasus terhadap EXO-L).
- Nye, J. S., & Keohane, R. O. (2004). Power and interdependence. In J. S. Nye, & R.O. Keohane, *Power and interdependence* (pp. 55-70). New York: Longman.

- Oktaviani, J. (2021). Korean Wave (Hallyu) dan Persepsi Kaum Muda di Indonesia: Peran Media dan Diplomasi Publik Korea Selatan. *Insignia Journal of International Relations*.
- Padmo et al. (2020). DIPLOMASI KPOP SEBAGAI KEBIJAKAN LUAR NEGERI KOREA SELATAN TERHADAP INDONESIA. 38-44.
- Pramadya, T. P., & Oktaviani, J. (2016). Hallyu (Korean Wave) as Part of South Korea's Cultural and Its Impact on Cultural Hybridity in Indonesia. *Jurnal Dinamika Global*, 1(01), 87-116.
- Prasetyanti, N. K., Rakhmad, W. N., & Pradekso, T. (2022). Pengaruh Popularitas BTS Sebagai Brand Ambassador Tokopedia dan Brand Associations Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Tokopedia Kalangan Gen-Z. 134-145.
- Rinata, A. R., & Dewi, S. I. (2019). FANATISME PENGGEMAR KPOP DALAM BERMEDIA SOSIAL DI INSTAGRAM. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17.
- Sendow et al., B. E. (2018). *Politico: Jurnal Ilmu Politik*. KOREAN WAVE SEBAGAI INSTRUMEN SOFT POWER DIPLOMASI KEBUDAYAAN KOREA SELATAN DI INDONESIA, 12.
- Simbar, F. K. (2016). FENOMENA KONSUMSI BUDAYA KOREA PADA ANAK MUDA MANADO. *Jurnal Holistik*, 9.
- Suryani, N. P. (2014). KOREAN WAVE SEBAGAI INSTRUMEN SOFT POWER UNTUK MEMPEROLEH KEUNTUNGAN EKONOMI KOREA SELATAN. 69- 83.
- Trisni et. al. (2019). South Korean Government's Role in Public Diplomacy: A Case Study of the Korean Wave Boom. *Andalas Journal of International Studies*, 31-42.
- Valentina, A., & Istriyani, R. (2013). Gelombang Globalisasi ala Korea Selatan. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 71-86.
- Wishandy, Louisa, R., & Utami, L. S. (2019). Fanatisme Penggemar K-Pop Melalui Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Yani, Y. M., Montratama, I., & Mahyudin, E. (2017). Pengantar Studi Keamanan. In J. S. Jr., *Soft Power: The Meants to Success in World Politics* (pp. 14-15). Malang: Intrans Publisher.
- Yasmin, A. N., & Fardani, R. A. (2020). KONSTRUKSI MAKNA LOVE YOURSELF DAN MENTAL HEALTH AWARENESS BAGI ARMY (KELOMPOK PENGGEMAR BTS) TERHADAP LAGU DAN CAMPAIGN MILIK BTS. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 207-211.