

HALLYU DI TANAH MELAYU
(Cultural Studies pada Korean Lovers di Pekanbaru)

Oleh:

Raja Widya Novchi ¹⁾

Khusnul Hanafi ²⁾

Raja Desril ³⁾

Nurdin Abd Halim ⁴⁾

Universitas Muhammdiyah Riau 1,2,3)

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau 4)

E-mail:

ravachi18@gmail.com

ABSTRACT

The majority of Pekanbaru City's population is Malay and highly upholds customs. In the midst of the incessant Riau Malay Customary Institution (LAM) in launching local culture learning, there is a group of young people who uphold and develop foreign culture, namely Korean pop culture (Hallyu). This study discusses the behavior of adolescent hallyu fans using qualitative ethnographic methods of data collection in the form of in-depth interviews with 5 informants, observation and documentation. The results of the ethnographic study found that (1) Attention, watching Korean drama series, watching reality / variety shows, following idol social media and seeing concerts (2) Retention, the ability of adolescents to recall what has been noticed from mass media and the internet (3) Reproduction, community members usually use Hangul / Korean when communicating, change their nicknames with Korean names, eat Korean food, buy Korean products such as gadgets, bags, hats, idol artist photo albums, merchandise and participate in dance cover competitions and Korean-style sing covers (4) Motivation, there is a place to gather with fellow fans of Korean culture, namely the establishment of a Korean Lovers community in Pekanbaru, a community family gathering activity that makes them more compact and motivates teenagers to develop hallyu.

Keywords: *Cultural Studies, Ethnography, Hallyu, K-pop*

ABSTRAK

Kota Pekanbaru mayoritas penduduknya bersuku melayu dan sangat menjunjung tinggi adat istiadat. Ditengah gencarnya Lembaga Adat Melayu Riau (LAM) Riau mencanangkan pembelajaran budaya lokal, terdapat sekelompok golongan muda malah menjunjung dan mengembangkan budaya asing yaitu budaya pop Korea (Hallyu). Kajian ini membahas mengenai perilaku remaja penggemar hallyu dengan menggunakan metode kualitatif etnografi teknik pengumpulan data berupa indepth interview dengan 5 orang informan, observasi dan dokumentasi. Hasil kajian etnografi ditemukan adanya (1)Attention, menonton serial drama Korea, menonton reality/variety show, mengikuti media sosial idola dan melihat konser (2)Retention, Kemampuan remaja mengingat kembali apa yang sudah diperhatikan dari media massa dan internet (3)Reproduction, anggota komunitas biasa menggunakan hangul/bahasa Korea ketika berkomunikasi, mengganti nama-nama panggilan mereka dengan nama Korea, makan makanan khas Korea, membeli produk-produk Korea seperti gadget, tas, topi, album

foto artis idola, merchandise serta mengikuti kompetisi dance cover dan sing cover ala Korea (4)Motivation, terdapat wadah tempat berkumpul dengan sesama penggemar budaya Korea yaitu dengan didirikannya sebuah komunitas Korean Lovers di Pekanbaru, adanya kegiatan family gathering komunitas yang membuat mereka semakin kompak dan memotivasi remaja mengembangkan hallyu.

Kata Kunci: Cultural Studies, Etnografi, Hallyu, K-pop

1. PENDAHULUAN

Korean Wave (Gelombang Korea) atau yang biasa dikenal dengan hallyu merupakan istilah yang diberikan kepada Korea Selatan karena berhasil menyebarkan budayanya di berbagai negara (Shim, 2006). Bentuk produk budayanya berupa film (K-Film), variety/reality show (K-show), kosmetik, musik (K-pop), K-fashion, serial drama (K-drama), animasi, *video game* hingga produk industri sehari-hari seperti kendaraan, peralatan dapur dan alat elektronik (Yang, 2012).

Dalam industri hiburan saat ini, keberadaan pekerja hiburan tidak akan mampu bertahan lama tanpa adanya penggemar yang fanatik (Hassan & Novchi 2018). Para penggemar salah satu aspek penting agar pekerja hiburan tetap eksis (Fiske 2011). Menurut Storey (2005) kumpulan penggemar dinilai sebagai perilaku yang terlalu berlebihan dan dianggap hedonistik. Mereka cenderung terobsesi terhadap hal-hal yang berhubungan dengan sesuatu hal yang disukai, dalam hal ini adalah pekerja hiburan idola dari Korea Selatan yang mereka idolakan (William, 2016).

Kegemaran remaja terhadap idolanya diwujudkan dalam bentuk perilaku tertentu. Ada perilaku-perilaku khusus yang membedakan siswa remaja penggemar hallyu dengan remaja yang sama sekali tidak tertarik dengan hallyu. Berdasarkan pra riset sebelumnya, remaja penggemar hallyu membuat sebuah komunitas yang dinamakan Pekanbaru Korean Lovers, terdapat remaja Pekanbaru yang lalai dalam belajar seperti malas membuat

tugas sekolah dan kurang menyukai pelajaran kesenian dan budaya daerah. Selain itu, informan mengaku menghabiskan waktu dengan menonton drama Korea sampai orangtuanya memberikan sanksi dengan cara menyita laptop miliknya, mengeluarkan banyak uang untuk menonton konser idola bahkan pernah meminum Soju (Sejenis minuman keras/alkohol). Berangkat dari realitas sosial di atas, peneliti mendeskripsikan tentang perilaku remaja penggemar hallyu di Kota Pekanbaru.

2. TINJAUAN PUSTAKA

a. Hallyu

Globalisasi budaya popuker Korea dikenal dengan *hallyu* berhasil mempengaruhi masyarakat di berbagai negara. Beragam produk budaya Korea mulai dari drama, film, musik, reality show bahkan produk industri rumahan turut menghiasi ranah kehidupan masyarakat di berbagai belahan dunia (Novchi at all 2018). Bukan hanya di kawasan Asia tetapi sudah merambah ke Eramerika (Eropa-Amerika). Selain itu, secara tidak langsung hal ini tentunya dapat meningkatkan citra nasional Korea. Penyebaran *hallyu* bukan hanya meningkatkan peluang untuk melaksanakan pertukaran budaya, meningkatkan interaksi budaya tetapi juga menjadi sarana untuk melegalkan ideologi Korea agar mudah diterima dunia Internasional (Hassan & Novchi 2019).

b. Penggemar

Penggemar selalu dicirikan sebagai

suatu kefanatikan yang potensial. Hal ini berarti bahwa kelompok penggemar dilihat sebagai perilaku yang berlebihan dan berdekatan dengan kegilaan dan obsesi. Para penggemar kemudian bersatu dalam fandom. Fandom (fan-, kependekan dari fanatic dan akhiran -dom seperti kingdom atau freedom dan lain-lain) adalah istilah yang digunakan untuk merujuk pada sebuah subkultur yang dibangun oleh para penggemar yang memiliki ketertarikan yang sama. (Yates, 2015).

c. Komunitas *Korean Lovers* Pekanbaru

Komunitas penggemar *hallyu* di Pekanbaru didirikan pada tanggal 9 Februari 2012 oleh sekelompok remaja yaitu Puput, Suri dan Icha. Mereka berinisiasi membuat akun media sosial *facebook* hingga sekarang merambah ke media sosial *instagram* dan *youtube*. Seiring berkembangnya waktu komunitas ini makin dikenal masyarakat luas khususnya remaja yang tinggal di Kota Pekanbaru dan terbukti saat ini pengikutnya sudah mencapai lebih dari 2.313 di akun official @kpopers_pku. Kegiatan mereka tidak hanya sekedar berkumpul biasa, tetapi mereka juga mengikuti kompetisi lomba *pop culture*, membuat aksi sosial seperti penggalangan dana untuk korban bencana alam dan anak-anak yatim piatu serta bantuan sosial lainnya.

d. Teori Belajar Sosial

Kusyairi (2014) menyebutkan bahwa teori Albelrt Bandura ini adalah teori belajar sosial yang menggunakan gambaran kognitif dari tindakan, secara rinci dasar kognitif dalam proses belajar dapat diringkas dalam empat tahap yaitu: *attention*, *retention*, *reproduction*, dan *motivation*.


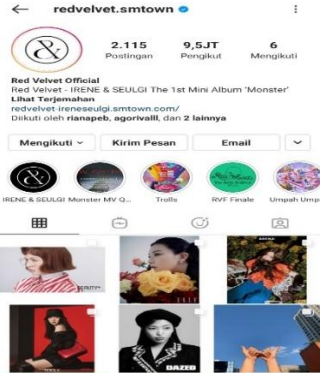



- 1) *Attention*,
Subjek mesti memperhatikan tingkah laku sang model untuk dapat mempelajarinya. Subjek memberikan perhatian khusus yang merujuk kepada nilai, sikap, harga diri dan lain-lain.
- 2) *Retention*
Subjek yang memperhatikan harus merekam peristiwa itu dalam sistem ingatannya. Subjek melakukan peristiwa tersebut bila diperlukan dan proses ini merupakan salah satu aspek dalam proses belajar sosial
- 3) *Reproduction*
Setelah memperhatikan, mengetahui serta mempelajari tingkah laku sang model, subjek dapat menunjukkan kemampuannya atau menghasilkan apa yang disimpan dalam bentuk tingkah laku. Dalam hal ini subjek mengaplikasikan atau mempraktekkan pelajaran yang ia dapat dari model.
- 4) *Motivation*
Tahap akhir pemodelan Albert Bandura yaitu penggerak individu atau pendorong untuk terus melakukan sesuatu secara berterusan. Subjek harus termotivasi untuk mengimitasi semua perilaku yang ditampilkan oleh model.




3. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan yaitu kualitatif etnografi dengan pendekatan perspektif *cultural studies*. Perspektif ini digunakan untuk mendapatkan karakteristik budaya yang dilakukan oleh setiap individu dan perannya di sebuah komunitas. Selanjutnya dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dengan 5 orang informan yang tergabung dalam sebuah komunitas penggemar *hallyu*. Untuk pendukung riset ini turut digunakan teknik observasi dan dokumentasi yang berkaitan dengan *hallyu* dan komunitas terkait.

4. HASIL dan PEMBAHASAN

Tabel 1. Dapatan penelitian etnografi pada komunitas penggemar *hallyu* di Pekanbaru

<p>Attention</p>	<p>(1) Menonton serial drama Korea</p>  <p>Kumpulan DVD Drama Korea informan Putri</p> <p>(2) Mengikuti media sosial idola</p>  <p>Salah satu akun girlband Korea yang diikuti oleh penggemar <i>hallyu</i></p>	<p>(3) Menonton konser</p>  <p>Informan Suri menonton konser Boyband Super Junior di Jakarta</p>
<p>Retention</p>	<p>(4) Kemampuan mengingat kembali apa yang sudah diperhatikan dari media massa dan internet maupun tatap muka secara langsung</p>	
<p>Reproduction</p>	<p>(5) Berkomunikasi menggunakan bahasa Korea (6) Mengganti nama-nama panggilan mereka dengan nama Korea (7) Membeli produk-produk Korea seperti gadget, tas, topi, album foto artis idola (8) Makan makanan khas Korea</p>  <p>Makanan Korea yang dibuat oleh informan Asih</p>	<p>(9) Pembelian merchandise</p>  <p>Koleksi merchandise informan Dean</p> <p>(10) Mengikuti kompetisi dance cover dan sing cover ala Korea.</p>

		 <p>Anggota komunitas mengikuti lomba <i>dance cover</i> di salah satu pusat perbelanjaan di Pekanbaru</p>
<p>Motivation</p>	<p>(11) Kegiatan sosial komunitas</p>  <p>(12) Berkumpul bersama penggemar hallyu</p> 	<p>(13) Anggota komunitas</p>  <p>Anggota komunitas <i>hallyu</i> merayakan hari jadi boyband Super Junior</p>

Teori pembelajaran sosial adalah pembelajaran yang tercipta ketika seseorang mengamati dan meniru perilaku orang lain (Kusyairi, 2014). Dengan kata lain Dahar (2011) menyebutkan informasi didapatkan dengan cara memperhatikan kejadian-kejadian di lingkungan sekitar. Prinsip utama dari teori pembelajaran sosial Bandura ini ialah pemodelan (modeling). Pemodelan sesuai dengan istilahnya adalah pembelajaran dengan metode percontohan. Pertama perilaku *attention* yaitu dengan cara menonton drama Korea, menonton konser dan mengikuti media sosial Idola, tahap kedua masuk kepada perilaku *retention* yaitu kemampuan mengingat kembali apa yang sudah diperhatikan dari media massa dan internet maupun tatap muka secara

langsung oleh para informan. Seterusnya jika para informan sudah memperhatikan dan mengingat maka masuk kepada tahap *reproduction* yaitu para informan mulai memproduksi dan mengaplikasikan apa yang didapat dari idola dalam bentuk pembelian merchandise, membuat *dance cover*, *sing cover*, fansclub, makan makanan Korea, Membeli produk-produk Korea seperti gadget, tas, topi, album foto artis idola, menggunakan bahasa Korea, mengganti nama mereka menggunakan nama. Sedangkan pada tahap keempat adalah tahap terakhir dalam prinsip modeling Bandura yaitu *motivation*. Motivasi juga penting dalam pemodelan Bandura sebab ia adalah penggerak individu untuk terus melakukan sesuatu. Jadi subjek harus termotivasi untuk meniru

perilaku yang telah dimodelkan. Motivasi yang membuat mereka tetap bertahan dan mengembangkan hallyu adalah dengan dibentuknya komunitas penggemar hallyu, selalu berkumpul bersama dalam bentuk *family gathering*, latihan bersama, merayakan hari jadi sang idola bahkan melakukan inisiasi dengan cara membuat gerakan aksi sosial agar komunitas makin dikenal oleh golongan muda Kota Pekanbaru. Penggemar mendapatkan kesenangannya melalui materi program tertentu dan materi budaya lainnya dari membaca dan melihat media yang diperhatikannya secara tekstual dan intertekstual (Storey, 2005). Hal ini menciptakan adanya perspektif baru, perspektif yang diciptakan oleh penggemar dengan sudut pandang yang berbeda. Penggemar menggunakan ketertarikannya terhadap suatu teks budaya tertentu untuk jaringan pertemanan atau forum diskusi dengan penggemar lain dengan ketertarikan yang sama.

5. SIMPULAN

Hallyu adalah istilah yang diberikan untuk tersebarnya budaya populer Korea selatan secara global di berbagai negara di dunia. Beragam produk budaya Korea mulai dari drama, film, musik, reality show bahkan produk industri rumahan turut menghiasi ranah kehidupan masyarakat di berbagai belahan dunia.

Terdapat empat perilaku imitasi yang dilakukan oleh individu yang tergabung dalam komunitas, antaranya yaitu:

- a. *Attention* (Perilaku memperhatikan idol dari media massa dan internet) Perilaku *attention* yaitu menonton serial drama Korea, menonton konser, menonton reality/variety show, mengikuti media sosial idola dan melihat konser.
- b. *Retention* (Subjek mengingat kembali apa yang sudah diperhatikan) Kemampuan mengingat kembali apa yang sudah diperhatikan dari media massa dan internet.
- c. *Reproduction* (Adanya perilaku memproduksi kembali apa yang sudah diperhatikan dan dipahami) Dalam hal ini anggota komunitas biasa

menggunakan hangul/bahasa Korea ketika berkomunikasi, mengganti nama-nama panggilan mereka dengan nama Korea, makan makanan khas Korea, membeli produk-produk Korea seperti gadget, tas, topi, album foto artis idola, merchandise serta mengikuti kompetisi dance cover dan sing cover ala Korea.

- d. *Motivation* (Dorongan dari sesama penggemar hallyu) Terdapat wadah tempat berkumpul dengan sesama penggemar budaya Korea yaitu dengan didirikannya sebuah komunitas Korean Lovers di Pekanbaru, adanya kegiatan family gathering komunitas yang membuat mereka semakin kompak dan tetap mengembangkan *hallyu*.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Dahar, R. W. (2011). Teori-teori Belajar dan Pembelajaran. Erlangga. Jakarta
- Fiske, J. (2011). Cultural and Communication Studies. Jalasutra. Yogyakarta
- Hassan, B.R.A & Raja W. N. (2018). Komuniti Kpopers Pekanbaru: Pelahap atau Pelaku Hallyu, I-COSH UKM Malaysia, 548-558.
- Hassan, B.R.A & Raja W. N. (2019). Kepeminatan dan Kemodenan dalam Pembentukan Identiti Komuniti Kpopers Pekanbaru, Jurnal Komunikasi. Malaysian Journal of Communication, 35(1), 171-186
- Kusyairi, U. (2014). Psikologi Belajar: Panduan Praktis untuk Memahami Psikologi dalam Pembelajaran. Alauddin University. Makassar
- Novchi, R. W., Khusnul H. & Raja A. (2018). The Hallyu in Pekanbaru: An Ethnographic Study on Indonesian Kpopers Parasociality, CelScitech UMRI 2018, Pekanbaru-Indonesia, 3, 44-53
- Shim, D. (2006). Hybridity and the Rise of Korean Popular Culture in

Asia. London: SAGE Publications, 28
(1), 25-34

Storey, J. (2005). *Cultural Studies and the Study of Popular Culture*. 2005. Edinburgh University Press. Edinburgh

William, J.P.(2016). Negotiating Fan Identities in K-Pop Music Culture. *Studies in Symbol Interaction*. 47, 81-96

Yang. (2012). The Korean Wave (Hallyu) in East Asia, A Comparison of Chinese, Japanese, and Taiwanese Audience who Watch Korean TV Dramas. *Development and Society*. 4, 103-147

Yates, B. (2015). It's Social, Not Parasocial: Understanding the Impact of the Internet on Building Community among Bruce Springsteen Fans. *The Atlantic Journal of Communications*. 23(5), 254-268