

**PENGARUH BUDAYA POPULER KOREA SELATAN TERHADAP
BUDAYA KONSUMTIF PADA GENERASI MILENIAL DI
JAKARTA**

Sulaeman¹, Rizkindo Junior Rizaldy², Muhammad Amin Rais³, Agus
Subagio⁴, Rifqi Setiyawan Pradnya⁵

ABSTRAK

artikel ini memfokuskan kepada perkembangan pengaruh budaya korea terhadap budaya konsumtif pada generasi milenial yang ada di Jakarta akibat pengaruh globalisasi. perkembangan budaya korea melalui berbagai media seperti televisi maupun media sosial sangat memengaruhi generasi milenial di Jakarta sehingga budaya Korea semakin populer di Jakarta. pada tahun 2000 dengan cara film Korea dibarengi oleh, fashion, musik serta makanan. Artikel ini mencoba mengulas hal tersebut dengan penelitiannya melalui cara mensurvei yaitu menyebar angket. instrumen penelitian yang disebar kepada generasi milenial di Jakarta. atrikel ini menunjukkan budaya kpop Korea yang ada di Jakarta menjadi budaya baru bagi generasi milenial. didalam budaya kpop Korea tersebut memiliki nilai kebararuan bagi mereka. mereka mendapatkan budaya kpop dengan cara internet ataupun televisi. Globalisasi media membuat budaya kpop semakin populer dari segi film, music, fashion makanan sehingga membuat negara Korea tersebut semakin dikenal dimata dunia serta identitasnya berhasil disebarkan dengan melalu cara budaya populer.

kata kunci : budaya kpop korea, globalisasi media.

ABSTRACT

This article bases on the improvement of the impact of Korean culture on commercialization in the millennial age in Jakarta because of the impact of globalization. The advancement of Korean culture through different media,

for example, TV and online media extraordinarily impacts the millennial age in Jakarta with the goal that Korean culture is progressively mainstream in Jakarta. during the 2000s through Korean films joined by, style, music, food. This article attempts to audit this by directing a study by appropriating surveys or polls as examination instruments disseminated to twenty to thirty year olds in Jakarta. This article shows that the Korean kpop culture in Jakarta has become another culture for the millennial age. in Korean kpop culture it has another incentive for them. their approach to get Korean kpop culture is through online media or TV. Globalization media has made kpop culture more famous as far as films, music, food style, hence spreading the word about the Korean country more according to the world and its personality has been effectively scattered through mainstream society.

Keywords : Pop Culture, Kpop Korea, Globalitation, Media

PENDAHULUAN

Kehidupan manusia dewasa ini dengan iklim globalisasi menjadikan dunia tanpa batas, media komunikasi berbasis internet sangat memudahkan manusia dalam mengkonsumsi media yang tersedia diberbagai aplikasi media sosial. Kehidupan global masuk dan berkembang serta mempengaruhi tindakan kehidupan manusia, budaya pop menjadi komoditas atas kehidupan globalisasi yang telah dikuasi oleh teknologi menjadi pilihan utama generasi milenial selain itu menumbuhkan kesadaran dan kebutuhan palsu guna menjadi daya tarik terhadap penikmatnya.

Industrialisasi bergerak maju serta menguasai global melalui sistem pasar bebas yang membuka batas-batas antar negara sehingga memberikan kemudahan terhadap industri multinasional untuk berkembang dinegara lain, Indonesia terkena dampak atas iklim pasar bebas kondisi itu sangat memungkinkan komoditas yang berasal dari korea selatan memasuki Indonesia. Pasar bebas merupakan bentuk dinamika ekonomi yang memberikan ruang bebas dengan iklim kompetitif dengan mengurangi atau menghilangkan campur tangan pemerintah sebagai kendali tunggal pasar, maka pasar bebas dengan sendirinya mampu mengatur dinamika seperti yang direncanakan oleh konsep Adam

Smith melalui *The Wealth Of Nation* bahwa pasar bebas merupakan ruang ekonomi tanpa kendali pemerintah dan mampu mengatur secara mandiri melalui *The Invisible Hand* atau tangan-tangan tak terlihat atau berbayang (Ismail & Priyono, 2012). Situasi pasar bebas melahirkan komoditas baru berupa hiburan yang menjadi budaya pop sertamemberikan pengaruh terhadap cara berpikir dan bersikap.

Kehidupan dewasa dengan kendali penuh teknologi sebagai alat bantu utama manusia telah mengendalikan kehidupan serta menciptakan realitas. Pembentukan realitas yang disebabkan oleh dampak yang dihasilkan oleh kendali teknologi terhadap kehidupan manusia telah mempengaruhi pola tindakan sosial. Call, Lewis (2019) menyatakan bahwa klaim kontroversial Baudrillard adalah bahwa simulasi-simulasi ini tidak mengitimi atau merefleksikan beberapa realitas yang ada; bahkan, simulasi sekarang adalah realita kita, sejauh kita mengatakan bahwa kita memiliki realita. Kritik Baudrillard atas kehidupan dewasa ini bahwa pengaruh teknologi yang melahirkan budaya pop didalamnya membentuk suatu realita sosial yang telah menjadi opini publik, hasil media propaganda media massa membentuk opini publik yang

telah menjadi realita baru bagi kehidupan manusia.

Media massa melahirkan pembaharuan zaman pada kehidupan kontemporer dengan membentuk produksi dan budaya konsumtif pada media komunikasi. Propaganda industri budaya melahirkan media massa memiliki fungsi membentuk pola pikir masyarakat atas kebutuhan dan kesadaran palsu untuk menciptakan konsumtif atas budaya populer, dengan tujuan meningkatkan keuntungan atau produksi laba melalui produksi budaya massa akan menghasilkan tingginya angka beli masyarakat sebagai dampak manipulasi kesadaran dalam konsumsi (Salamah, 2015).

Storey dalam Istiqomah, Annisa & Widiyanto, Delfiyan (2020) menyatakan bahwa perkembangan industri dalam menguasai wacana atas ruang publik berhasil menciptakan budaya komersial ditandai atas produksi mengambang dan dikonsumsi oleh massa sebagai objek pangsa pasar yang dibentuk oleh wacana pada ruang publik. Maka tumbuh dan berkembangnya budaya populer dalam mempengaruhi masyarakat urban, kehidupan masyarakat urban yang berada pada kota Jakarta memiliki sifat sangat terbuka terhadap kehidupan global mempengaruhi

pola konsumtif terutama pada generasi milenial.

Budaya pop Korea Selatan mengalami pertumbuhan yang sangat pesat melalui propaganda dengan sangat masif guna meningkatkan popularitas terhadap budayab Korea Selatan tersebut. Industri multinasional Korea Selatan gterutama dalam ranah hiburan memiliki kuasa penuh atas selera pasar masyarakat milenial jakarta, pengaruh besar telah tumbuh didalam generasi milenial Jakarta. Perwujudan realitas semu telah dijalankan atas pengaruh budaya populer yang dikonsepsi dalam kehidupan sehari-hari, secara perlahan membius nalar berpikir dan mengurangi kuasa subjektif atas akal budinya, hak tersebut dipengaruhi atas budaya populer yang membius akal budi serta mempengaruhi seluruh tindakannya.

Pemahaman atas pertumbuhan budaya populer melalui propaganda budaya massa dalam membentuk masyarakat konsumtif menjadi motif utama dari industri untuk menciptakan budaya industri. Industrialisasi meningkatkan daya beli masyarakat atau pola konsumtif guna meningkatkan keuntungan atas komoditas yang disajikan terhadap masyarakat umum, sifat masyarakat Jakarta sebagai kota urban memiliki iklim dan situasi

yang mendukung untuk mendorong budaya popler sebagai perangsang atas peningkatan konsumtif masyarakat yang berdasarkan kepada budaya dan kesadaran palsu. Budaya populer yang mudah digemari dan mampu meningkatkan status sosial menjadi alasan atas generasi milenial yang terutama sedang mengalami proses pembentukan jati diri sangat mudah dipengaruhi oleh media-media budaya populer yang telah dikonsumsi. Kebermanfaatan atas pembacaan budaya populer yang membius generasi milenial Jakarta menjadi rujukan atas upaya merawat kesadaran ditengah situasi arus globalisasi.

METODE

Metode yang digunakan pada penulisan ini berupa penelitian deskriptif. Peneliti bersama-sama melihat fenomena sosial mengenai budaya populer Korea yang terjadi di Jakarta pada generasi milenial. Dalam survei nya, terdapat 199 responden mengenai mereka yang memiliki kedekatan dengan budaya populer Korea. Dalam pengambilan sampling pada penelitian ini, peneliti menggunakan total sampling dengan teknik analisis

data berupa analisis statistik deskriptif

Budaya Populer dan budaya Konsumtif

Kemajuan zaman terus membawa kita pada hal-hal yang baru itulah yang disebut dengan arus globalisasi masyarakat. (Williams, 1983: 90) Budaya merupakan proses masyarakat secara umum dan menyeluruh dalam mengembangkan proses spiritual, intelektual, dan estetis, sehingga budaya dalam ruang lingkup masyarakat merupakan kesatuan secara utuh yang sulit dipisahkan karena sejatinya sesuatu yang disebut masyarakat memiliki sifat serentak yang menciptakan karakter yang begitu khas sehingga lahirlah sebuah istilah yang disebut ‘budaya’. Pop atau populer sendiri mengartikan sesuatu yang mendominasi dari kebiasaan masyarakat dalam menyukai sesuatu hal, istilah populer kebanyakan mengarah pada sesuatu kegemaran yang sudah

terkontaminasi dengan dunia luar dan hal tersebut diterima atau diminati oleh sekelompok masyarakat.

Budaya populer mengalami perkembangan dan kemunculannya pada ruang publik memiliki maksud dan kepentingan secara laten, kepentingan budaya populer menguasai ekonomi melalui hegemoni kesadaran setiap individu yang dikendalikan dan digerakan dalam kegiatan konsumsi (Yagus,2021). Di era sekarang ini, kemunculan budaya populer yang mendoktrin masyarakat tidak hanya berfokus pada media yang dikendalikan segelintir orang, seperti contoh televisi dan radio yang dahulu menjadi kiblat masyarakat dalam mengetahui informasi dunia luar terutama dalam dunia hobi dan gaya hidup. Akan tetapi seiring berkembangnya zaman, masyarakat benar-benar dapat bebas mencari hal-hal yang apa mereka inginkan ketika ‘penggunaan’ internet bebas digunakan oleh masyarakat serta memiliki sarana yang cepat dalam

melakukan hal tersebut (berinternet), sehingga ‘kecepatan’ dalam berinternet menjadi hal yang mempengaruhi kecepatan globalisasi dalam budaya populer masyarakat pada saat ini.

Ketika budaya populer menjadi sesuatu yang dekat dengan masyarakat, maka ada celah serta kesempatan dalam mengambil emosional mereka yang berlebihan sehingga muncul budaya konsumtif pada suatu masyarakat. Budaya konsumtif dan hedonis sangat merugikan, walaupun hal tersebut juga dapat dilihat dari sudut pandang ekonomi individu masing-masing. Nadzir dan Ingarianti (2015) mengatakan bahwasannya *lifestyle* atau gaya hidup mampu membawa pada hidup yang boros demi mementingkan keinginan dari pada kebutuhan hidup, menghabiskan waktunya untuk berfoya-foya menghamburkan uang dengan kerabat, membeli barang yang bermerk, serta terpaku pada pusat perhatian

tanpa melihat setinggi apa status mereka di lingkungan masyarakat.

Budaya populer yang melahirkan industri bagi penikmatnya, maka hal tersebut tidak lepas dari nafsu materi yang ditimbulkan oleh penikmat tersebut. Budaya konsumtif yang berasal dari *pop culture* ini biasanya muncul ketika seorang tokoh atau publik figur yang terkenal di ranah budaya populer mampu meng *influence* masyarakat terutama pengikutnya di media massa agar menggunakan produk yang mereka iklankan, dari sinilah yang merupakan salah satu bentuk budaya konsumtif yang lahir dari budaya populer. Atau beberapa faktor lain seperti budaya populer yang memang merujuk pada kehidupan konsumtif, seperti contoh batu akik yang sempat *trending* di kalangan orang tua yang menjadikan batu akik ini sebagai budaya populer, budaya konsumtif pada batu akik ini dapat dikatakan sangat mengherankan ketika awam

melihat harga-harga dari batu yang dijual belikan pada saat itu.

Lahirnya Industri Budaya

Industri mekahirkan tingkat jumlah produksi sangat besar dalam kegiatannya, jumlah produksi yang sangat besar memberikan permasalahan baru berupa daya beli masyarakat. Tingkat daya beli masyarakat menjadi penentu dalam meningkatkan keuntungan yang dihasilkan oleh industri. Peningkatan daya beli masyarakat merupakan lahan yang subur bagi pertumbuhan industri. Propaganda industri dalam meningkatkan daya beli masyarakat melalui pembentukan industri budaya sebagai landasan utama dalam menjalankan praktik tersebut. Budaya konsumtif membius dasar individu dalam melakukan konsumsi bukan atas dasar nilai manfaat dan kebutuhan melainkan rasa keinginan yang diciptakan oleh media massa yang memenuhi kesadaran dalam ruang pikir individu individu dan masyarakat konsumtif (Haryatmoko, 2019:65).

Barang hasil diproduksi diciptakan secara masal dengan melihat dana produksi sebagai bentuk modal, maka untuk menjaga tingkat tingkat produksi dan laju modal diperlukan dana konsumsi yang diberikan kepada masyarakat kelas pekerja sebagai hasil upah untuk menjaga perputaran modal dengan tingkat beli masyarakat. Hasil kerja pekerja yang diberikan upah menjadi bentuk upaya menjaga sirkulasi keuntungan yang diperoleh oleh pemodal. Maka sebagai bentuk menjaga konsisten tingkat produksi dan tingkat konsumsi pada masyarakat yang sangat menjadi penentu utama (Marx, 2007:120). Pemodal melalui Industri meakukan kegiatan produksi dengan merubah bahan setengah jadi menjadi suatu komoditas dengan nilai harga yang setelah itu disebarluaskan melalui pasar. Pasar dengan konsumsi masyarakat merupakan tempat selanjutnya bagi komoditas yang diproduksi oleh industri.

Karena pasar bersifat kompetitif, maka menciptakan persaingan dalam melahirkan barang dan jasa dengan harga murah dengan tingkat kualitas tertinggi yang dibentuk oleh propaganda iklan dalam memberikan keyakinan terhadap masyarakat atau objek pangsa pasar (Suleman, 2010:151). Persaingan yang ketat menjadikan harga barang menjadi tolak ukur tingkat beli masyarakat sehingga produksi dalam jumlah banyak menghasilkan akumulasi laba yang sangat tinggi sesuai dengan jumlah komoditas yang berhasil diproduksi, maka untuk bertahan dalam persaingan kompetitif dunia industri kekuatan industri menjadi modal utama. Selain itu didukung dengan sifat dasar industri dengan memainkan konsep pasar bebas sebagai ruh kapitalisme maka memberikan ruang gerak yang bebas terhadap pelaku industri. Kapitalisme mengedepankan prinsip dan nilai keuntungan sebagai salah satu tujuan utama yang dituju oleh pemodal (Leo, 2013). Kebebasan atau hak otonomi yang diberikan

menjadi modal utama dalam mencari keuntungan sebagai ciri utama industri.

Tujuan dasar atas lahirnya Industri merupakan peningkatan yang dilakukan dalam akumulasi laba, melalui mesin produksi maka peningkatan jumlah komoditas menjadi harapan utama dalam peningkatan akumulasi laba. Kegiatan produksi secara berlebihan atau overproduksi dan menyusun dalam peningkatan suplai pasar menjadi strategi dasar dalam meningkatkan laba atau produksi laba. Tujuan utama pemodal bukan sebagai pemenuhan kebutuhan masyarakat melalui kegiatan produksi melainkan meningkatkan produksi laba sebagai bentuk keuntungan yang telah menjadi tujuan utama, strategi dalam meraih tujuan utama untuk mendapatkan keuntungan menggunakan metode yang mampu menentukan massa produksi dengan melihat rujukan secara rinci pada tingkat kekuatan produksi, maka industri untuk meningkatkan produksi harus menjaga tingkat beli masyarakat

sebagai bentuk daya tarik yang terdapat pada komoditas hasil produksi, seluruh kegiatan ditujukan untuk menjaga tingkat produksi sebagai penentu tingkat laba (Marx, 2007:248).

Konskuensi atas terjadinya overproduksi yang dilakukan oleh industri menjadi resiko dan kerugian besar terhadap masyarakat, secara tidak langsung masyarakat dipaksa untuk bertanggung jawab atas terjadinya peristiwa overprodukti untuk menciptakan masyarakat konsumtif. Ketika industri melakukan produksi secara berlebih maka itu menjadi resiko bagi kelas pekerja dan masyarakat yang ketergantungan atas ruang kerja yang diberikan oleh industri, kelas pekerja dan masyarakat dipaksa untuk meningkatkan daya beli guna menjaga arus produksi demi menghindarkan industri dari kerugian akibat tidak setara tingkat produksi dan konsumsi masyarakat (Lafargue, 2008:38). Masyarakat menanggung beban sebagai dampak industri ketika melakukan overproduksi guna

memproduksi laba serta mengakumulasikan.

Memasuki jamam baru sebagai periode zaman Post-Modern, kita bergerak menuju konsumensi yang lebih radikal dan universal atau menyeluruh, konsumensi lahir atas dampak dan resiko yang telah dilahirkan oleh modernitas dengan perkembangan industri serta ilmu pengetahuan tanpa nilai kemanusiaan (Giddens, 1996:3). Modernitas melahirkan konsekuensi secara radikal dan bersifat *universal* atau menyeluruh, kegelisahan yang mendesak modernitas melahirkan kehidupan baru Post-Modernitas merupakan kehidupan setelah modern.

Modernitas melahirkan Industri dengan watak kapitalisme dengan melakukan penghisapan dengan menumbuhkan kebutuhan palsu dalam membangun industri budaya, kondisi masyarakat dengan kebutuhan palsu mendorong untuk meningkatnya tindakan konsumtif yang dilakukan oleh masyarakat. Konsumsi merupakan bagian dari

totalitas gaya hidup yang melekat dalam sebuah bentuk tertentu, dan secara luas diakui bahwa pengurangan ‘keinginan-keinginan material tak akan bisa dicapai tanpa ada transformasi sosial (Newman, 2006:193).

*Lemert
(1997)
sebagaiman
a dikutip
Sandstrom
et. al.
(2001:227),
menyatakan
bahwa
dalam
seberapa
dekade
terakhir,
tantangan
paling
nyata bagi
teori
interaksiona
lisme
simbolik
Mainstream
berasal dari
para teori
postmodern.*

*Menurut
para teori
pengkritik
ini, dalam
era
postmodern,
termasuk
yang
mendomina
si adalah
multidimens
ional yang
menggamba
rkan kondisi
ketika
seseorang
“menemuka
n” dirinya
dalam
suasana
kemajuan
negara-
negara
kalitalis
modern.
Kondisi ini
ditandai
dengan
tumbuhnya
budaya
konsumsi,
masyarakat*

yang sangat berorientasi pada media, tumbuhnya teknologi informasi dan industri budaya, komodifikasi i citra, pluralisasi dunia sosial, dan disorientasi kedirian serta penghancuran nilai-nilai modernis dominan sebelumnya. Di atas semua itu, kondisi era postmodern ditandai dengan transformasi i sosial yang berjalan

dengan

sangat

cepat

(Haryanto,

2012:94).

Hegemoni dilakukan secara masif dan bertahap, melalui budaya massa membius nalar kritis masyarakat untuk bertindak konsumtif dibawah manipulasi kebutuhan palsu. Upaya industri dalam menciptakan kebutuhan palsu dengan menguasai segala bentuk wacana pada ruang publik sehingga propaganda dilakukan dengan iklan yang menempati seluruh ruang kehidupan secara kehidupan nyata maupun media informasi online (Saeng, 2012:257). Herbert Marcuse menyebut sebagai masyarakat satu dimensi dibawah manipulasi kapitalisme, masyarakat bertindak arasional dalam melakukan tindakan terutama tindakan konsumtif. **Masyarakat satu dimensi ditandai atas bergesernya ruang rasional yang telah tergantung oleh ruang irasional dalam**

hubungan sosial, ruang irasional menjadi rumah atau tempat baru bagi masyarakat kontemporer yang telah dimanipulasi kesadaran nalar berpikir pada setiap individu dan kelompok masyarakat dalam melihat seni kehidupan (Marcuse, 2007:251). Relasi yang dibangun dalam ruang lingkup masyarakat satu dimensi membuat orang merubah posisi keinginan menggeser kebutuhan murni.

Budaya pop korea mempengaruhi kehidupan generasi milenial di Jakarta

Kehidupan manusia yang terus bergerak dan melakukan aktifitas yang dilakukan secara berulang-ulang dapat menghasilkan sebuah kebiasaan yang disebut sebagai budaya. Budaya yang merupakan hasil cipta indera dari aktifitas manusia ini menjadi sebuah kebiasaan manusia secara individu atau bermasyarakat yang dilakukan dan disepakati bersama. Kebudayaan adalah penyatuan yang mencakup pikiran, seni,

aktifitas, dan pengetahuan yang diciptakan oleh manusia, sementara itu budaya berasal dari bahasa sansekerta yaitu *Budhhayah*, yang berasal dari kata jamak yaitu *buddhi* yang artinya budi atau akal, sedangkan pada bahasa Inggris budaya disebut sebagai *culture* yang berasal dari bahasa latin yaitu *colere* yang berarti mengerjakan atau mengolah (Sumarto, 2019: Vol. 1). Di zaman ini, masyarakat awam melihat dan mengetahui bahwa budaya sangat identik dengan sesuatu yang sifatnya estetika atau indah, berlainan dengan sudut pandang ilmu sosial yang mana budaya merupakan sebuah fenomena, dan aktifitas sosial manusia sehari-hari yang dilakukan secara masiv dan kebanyakan dari sebuah fenomena dan kebiasaan ini dilakukan secara tidak disadari. Dari budaya yang merupakan aktifitas manusia ini mulai menyebar dan berkembang ke ranah-ranah yang menjurus pada kegemaran atau kesukaan masyarakat, salah satu hasil dari perkembangan budaya ini yaitu budaya pop.

Dewasa ini di Indonesia masiv rasanya melihat fenomena-fenomena yang disebabkan oleh industry music pop dari tanah Korea. Mulai dari fashion, music, hingga film sudah merambah ke Indonesia dan diterima dengan sangat gembira oleh masyarakat terutama pada daerah Ibu Kota Jakarta. Kehidupan para generasi milenial sangat mengikuti trend budaya pop ini, setelah sbebelumnya masyarakat Jakarta sangat bersifat kebarat-baratan namun saat-saat ini budaya pop korea sangat digemari oleh para pemuda pemudi. Budaya pop atau budaya populer adalah budaya yang dijalnkan secara massif dan secara terus menerus setiap harinya didasarkna pada apa yang digemari oleh masyarakat dan berdasar pada sebuah tujuan yang mudah dilakukan dan digemari seperti music, fashion, film, makanan, dan lainnya. Budaya pop pada awalnya muncul dari dunia barat atau western, yang mana kemunculannya ini bermunculan secara hibrida ataua saling berjalan bersamaan dengan budaya yang saat itu sedang

berkembang pula. Kemunculan yang hibrida ini membuat budaya populer lebih terkenal bahwasannya aliran pop muncul dari darah seni yaitu music yang memiliki aliran pop dan seni rupa yang memiliki aliran pop art. Aliran music yang berbeda dari music-musik klasik dan superior seperti *Beethoven* ini menjadi sebuah terobosan yang dihadirkan pada music pop dengan menghadirkan kemudahan untuk didengar. Keringanan music pop untuk didengarkan inilah yang menjadi alasan marak dan mudahnya berkembang budaya pop di dunia termasuk Indonesia.

Budaya pop di Indonesia yang pada awalnya hanya berkiblat pada dunia barat perlahan mulai luntur dan berganti kearah budaya pop Korea yang kehidupannya sangat eksis di Indonesia terutama di Jakarta. Peralihan yang terjadi dari budaya pop barat menajdi budaya pop Korea ini disebabkan bukan karena kebetulan atau secara tidak sengaja, namun karena pola perkembangannya sama dengan

pada awal pergerakan industry budaya barat ketika mendunia. Pada saat budaya pop masi dikuasai oleh dunia barat pada awalnya budaya menjadi perhatian khusus bagi beberapa kaum atau lapisan masyarakat lebih khususnya para lapisan masyarakat kapital. Seperti yang diketahui kaum kapital merupakan kaum yang pada prinsip utamanya hanya mencari atau mengumpulkan keuntungan sebanyak-banyaknya dengan cara apaun. Pergerakan capitalism yang dikenal adalah pada sektor industry yang mana pada saat itu lapisan sosial terbagi menjadi dua lapisan atau kelas yaitu antara kaum Borjuis (pemilik modal) dan Proletar (buruh). Pola pergerakan kapital saat itu dapat dikatakan sebagai gerak yang terlihat secara nyata yang pergerakan terlihat secara terang-terangan dan kesnjangan antar kelas pun kental kentara. Dewasa ini, pergerakan elit kapital dalam pencarian keuntungan lebih dapat dikatakan sangat samar-samar bahkan kehadirannya tidak dirasakan dan disadarkan oleh masyarakat,

menghapuskan kelas dan pemenuhan kebutuhan palsu yang dilancarkan kapital kepada kehidupan sehari-hari masyarakat menjadi senjata utama dalam pergerakan kapitalisme lanjut atau neokapitalisme. Pergerakan ini merambah pada sektor kehidupan sehari-hari seperti gaya hidup masyarakat, yang mana masyarakat merasa tertarik dan memiliki rasa keinginan untuk mengikuti gaya hidup yang sedang ramai atau sedang trendy salah satunya music. Fenomena-fenomena cultural seperti music pop berfungsi sebagai suatu bentuk “perekat sosial”, menempatkan orang pada realitas kehidupan yang mereka jalani (Strinati, 2007: 77). Budaya yang menjadi sangat akrab pada kehidupan masyarakat ini memiliki daya tarik dikalangan masyaraat awam untuk mengkonsumsinya secara masiv. Secara tidak sadar masyarakat dijejali dan disuap secara terus menerus oleh media massa yang pada saat ini menjadi alat yang dipegang secara penuh setiap harinya oleh masyarakat melalui

smartphone. Dari penjejalan yang diberikan oleh kaum kapital dan tidak disadari oleh masyarakat, hal ini menjadikan adanya kehidupan dibawah bayang-bayang yang menyelimuti kehidupan masyarakat. Kehidupan yang dipenuhi dengan kebutuhan palsu dan dijauhkn dari kebutuhan sesungguhnya merupakan cara kaum kapital untuk membuat masyarakat melakukan tindakan konsumtif yang tidak terarah karena hanya berupaya untuk memuaskan keinginan ciptaan kaum kapital melalui media massa.

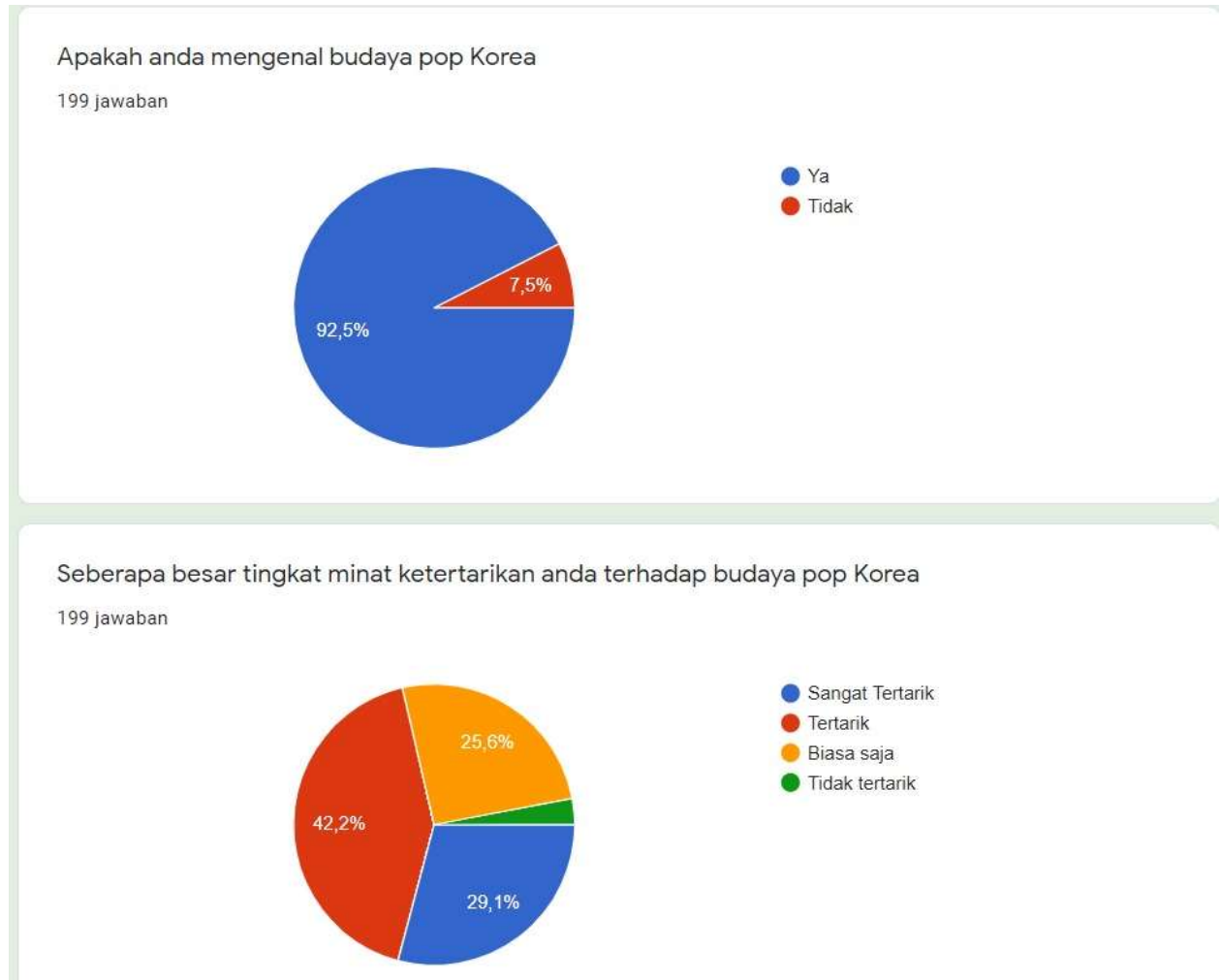
Budaya pop korea saat ini bergerak dengan sama dan persis seperti apa yang dilakukan oleh budaya pop barat terdahulunya. Budaya pop Korea menyelimuti segala pola aktivitas masyarakat sehari-hari seperti gaya hiudp, music, film, fashion, hingga makanan. Pengiriman budaya ini didasari pada pasar yang sangat berpotensi dan menguntungkan bagi korea, terutama pada Indonesia budaya pop Korea sangat diterima dan diikuti dengan

begitu banyaknya oleh berbagai macam lapisan masyarakat. Masiv dan ramainya masyarakat Indonesia terutama masyarakat muda Jakarta dalam mengikuti trend budaya pop Korea ini bukan tidak mendasar, budaya pop terutama music pop yang begitu ringan dan *easy going* untuk didengarkan menjadi salah satu pemicu membludaknya minat dan ketertarikan pemuda pemudi Jakarta untuk mengikuti trend pop Korea. Musik pop menawarkan relaksasi dan istirahat dari kekakuan “kerja yang dimekanisasi” tepatnya dikarenakan tidak banyak menuntut atau sulit, karena music pop ini bisa disimak secara menyimpang dan tanpa memberikan perhatian (Strinati, 2007: 76). Karena keringan music pop inilah maka dari itu muncul genre dan masyarakat bebas untuk mendengarkan music sesuai dengan kesukaannya dan ada juga yang memilih menyukai suatu music karena sering melihat dan mendengar melalui media massa tanpa sengaja. Selain music, budaya pop Korea juga merambah

pada film, food dan fashion yang cara pengenalan dan pengmabangan budayanya pun tidak berbeda dengan cara-cara

yang dilakukan oleh dunia music Korea di Indonesia.

hasil pembahasan kuisisioner:



hasil angket yang peneliti lakukan menunjukkan hasil bahwasannya masyarakat Jakarta mengetahui atau mengenal budaya kpop korea dengan hasil angket menunjukkan presentasi 92.5% dan untuk tidak mengetahui budaya kpop korea

sebesar 7.5%. ini merupakan hasil angket yang disebar ke masyarakat Jakarta yang peneliti lakukan.

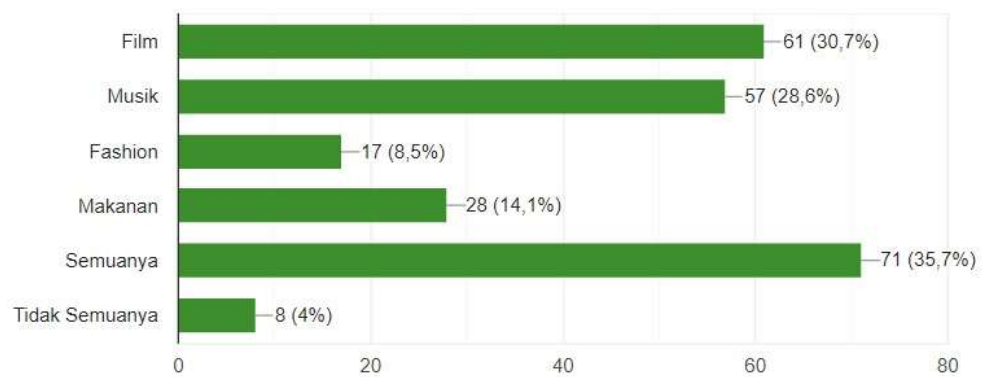
semestara tingkat minat ketertarikan terhadap budaya pop korea menunjukkan presantasi 42.2% tertatik, 29.1% sangat

tertarik dan biasa saja 25.6% sisanya tidak tertarik ini menunjukkan bahwasannya antusias masyarakat Jakarta tertarik dan sangat tertarik kepada budaya kpop korea yang sangat

luar biasa kehadirannya karena bisa sekali mengubah kecenderungan masyarakat Jakarta kepada budaya kpop korea.

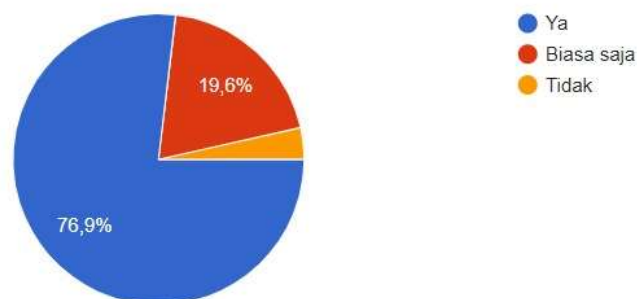
Produk hiburan apa yang anda sukai dari budaya pop Korea

199 jawaban



Apakah sosial media mempengaruhi tingkat ketertarikan anda terhadap budaya pop Korea

199 jawaban



berdasarkan hasil angket yang peneliti lakukan budaya kpop korea di Jakarta cenderung kepada film, music, fashion, makanan dan

banyaknya masyarakat Jakarta menyukai semuanya dengan budaya kpop korea. hal yang membuat mereka tertarik dengan budaya kpop korea ialah

mudahnya akses sosial media yang mempengaruhi tingkat ketertarikan terhadap budaya kpop korea dimasyarakat Jakarta. industri budaya dan musik kpop

musik

teori Adorno tentang musik populer mungkin merupakan bagian paling terkenal dari penelitiannya tentang industri gaya hidup. teori ini berkaitan dengan spekulasi fetisisme barang dan cara hidup industri. sebagai seorang musisi terlatih, komposer praktis, ahli teori musik dan jawara music garda depan dan nonkomersial, Adorno sendiri tidak memiliki banyak waktu untuk musik yang di produksi oleh perusahaan-perusahaan monopoli dan yang dikonsumsi oleh khalayak massal kecuali sebagai salah satu cara untuk menggambarkan kekuatan industry budaya dan alienasi yang dijumpai pada massa didalam masyarakat kapitalis.

Menurut Adorno, musik populer yang dibawakan oleh bisnis sosial diliputi oleh dua siklus, yaitu

normalisasi khusus dan individualisasi semu. di sini pemikirannya adalah bahwa lagu-lagu pop semakin mirip satu sama lain. sekali lagi itu sebagian besar dijelaskan oleh desain pusat soliter yang bagian-bagiannya dapat dipertukarkan satu sama lain tetapi semua hal yang dianggap pusat ini sepenuhnya ditutupi oleh peningkatan sampling, keanehan dan varietas rumit yang dimasukkan dalam melodi sebagai indikasi normal mereka keanehan. normalisasi menyinggung kesamaan mendasar antara melodi pop sementara pseudo-individualisasi menyinggung kontras yang tidak disengaja. normalisasi mencirikan cara-cara industri hidup menaklukkan segala jenis tantangan, kreativitas, validitas, atau hasutan ilmiah dari musik yang disampaikan, sementara individualisasi semu memberikan "perangkap" keunikan atau keingintahuan yang tulus dari lagu tersebut bagi pelanggan. normalisasi menyimpulkan bahwa nada-nada pop semakin mirip satu sama lain dan bagian-bagian dari

reff dan melodi semakin dapat dipertukarkan sementara individualisasi semu menyamakan siklus ini dengan membuat nada-nada lebih berfluktuasi dan unik dalam hubungannya satu sama lain.

salah satu alasan akan hal ini adalah bahwa individu yang memperhatikan musik populer diperoleh dengan lapisan dampak individualisasi semu (Adorno: 1991; hlm. 302) yang membungkus standarisasi music juga, menyebabkan anggota audiens melihat apa yang mereka dengar sebagai sesuatu beda serta baru. adorno membedakan antara kerangka dan detail-detail sebuah karya musik. kerangka tersebut menurutnya menuntut adanya standarisasi yang menghadirkan “sebuah sistem mekanisme respons yang benar-benar antagonistic terhadap cita-cita individualitas di dalam sebuah masyarakat liberal yang bebas.

film

Film juga merupakan hal-hal yang masuk ke dalam pertunjukan

tinggi pertentangan postmodernis yang jelas-jelas berfokus pada masalah visual dan film paling tidak salah lagi mencari indikasi postmodernisme yang menonjolkan gaya, adegan, dampak dan simbolisme yang luar biasa hingga merugikan konten karakter, substansi, akurasi, dan analisis sosial. dalam . film-film yang sengaja menghindari keaslian dan menjual diri mereka sendiri pada kualitas permukaan dapat menggabungkan sebagian dari hal-hal berbeda yang terjadi pada film-film saat ini. Kecenderungan ini dianggap postmodern sebagian besar dengan alasan mengabaikan permintaan akan kreativitas dan keanehan yang terkait dengan inovasi. Meskipun demikian, pola ini dianggap postmodern pada dasarnya dengan alasan bahwa ia hanya menggunakan kembali masa lalu, membuat film yang hanya peniruan dari film yang berbeda dan bukan tayangan realitas sosial.

fashion

fashion ialah kombinasi dari gaya dan desain yang dipilih, diterima dikalangan masyarakat semua itu di pengaruhi teknologi yang serba canggih dengan kecepatan yang sangat dahsyat hadirnya media sosial di masyarakat Jakarta memudahkan penyebaran tentang budaya kpop di Jakarta. fenomena yang terjadi ialah budaya Korean wave yang bisa membuat fashion korea memasuki pasar Indonesia seperti di Jakarta. perkembangan fashion korea di Jakarta sering dijumpai berbagai perlengkapan fashion korea di Jakarta sesuai dengan trend yang terjadi di korea. fashion korea ini banyak diminati karena penampilan artis koreanya yang punya penampilan dan wajah ganteng & cantik sehingga masyarakat Jakarta terpukau oleh penampilan orang-orang korea yang terlihat dalam film-film yang dibuat oleh korea itu sendiri.

makanan

korea selatan telah menjadi negara primadona melalui budaya kpopnya yang menyebar luas diberbagai masyarakat dunia

termasuk Jakarta. fanatisme masyarakat Jakarta terhadap berbagai budaya korea termasuk makanan juga telah banyak dijumpai kalangan masyarakat korea. semua itu membawa pengaruh yang besar terhadap makanan korea yang ada di Jakarta. makanan khas seperti snack, permen mie instan serta minuman kaleng yang sering dijumpai di supermarket dan restoran yang mengusung makanan korea sangat diminati dan disukai serta memberi warna kepada kuliner makanan yang ada di Jakarta yang sebelumnya didominasi oleh makanan jepang, barat dan cina.

Kesimpulan

dari penjelasan tersebut artikel ini berhasil menyelidiki budaya kpop korea melalui kuesioner atau angket. populernya budaya kpop di Jakarta kepada generasi milenial yaitu melalui televisi dalam penayangan drama korea, sehingga setelah itu menjadi daya tarik tersendiri, setelah

keberhasilannya dalam drama musik pop korea mulai disukai oleh generasi milenial berbagai kemudahan dari globalisasi memudahkan generasi milenial untuk membuka akses mengenai budaya kpop korea seperti televisi, sosial media, poster dan majalah. keberhasilan tersebut kemudian berkembang ke produk korea lainnya seperti makanan dan fashion. tanpa mereka sadari mereka telah membeli dan mengkonsumsi berbagai budaya kpop korea selatan tersebut gaya hidup baru tersebut berhasil di adopsi oleh generasi milenial di jakarta sehingga menyebabkan koreanisme. seperti sebuah ideologi baru namun bersifat cair. konstruksi budaya tersebut semuanya hanya kesenangan semestara bagi mereka dengan demikian menjadi bagian dari penggemar kpop merupakan kebanggaan mengingat budaya populer popularitasnya cepat meningkat. itu penyebabnya mereka mengikuti perkembangan kpop yang sampai kini berhasil menjadi trending topik didunia

SARAN

berdasarkan uraian kesimpulan diatas terdapat beberapa saran diantaranya.

1. untuk anak dan orang tua peneliti memberi saran kepada orang tua agar dapat membimbing dan mengawasi anak-anaknya serta memberikan pengarahan kepada anaknya yang penggemar kpop supaya tidak berlebihan dalam bersikap kepada idola kpop.
2. untuk bahan penelitian selanjutnya. untuk penelitian dapat membantu bahan yang sudah ada, menggemari budaya kpop tentang milenial mengenai film, music, fashion makanan korea di Jakarta untuk dapat mengembangkan penelitian selanjutnya secara lebih baik

Daftar Pustaka

- Strinati, Dominic. 2007. *Popular Culture Sebuah Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*. Yogyakarta: Jejak
- Call, Lewis. 2019. *Anarkisme Post-modernism*. Yogyakarta: Basabasi
- Sumarto. 2019. *Budaya, Pemahaman dan Penerapannya "Aspek Sistem Religi, Bahasa, Pengetahuan, Sosial, Kesenian dan Teknologi"*. Jurnal Literasiologi: Vol. 1
- Yagus Triana. 'Batu Akik Sebagai Budaya Populer'. Jurnal Artefak: History and Education, Vol.4 No.1 April 2007. Diakses pada 2 Juni 2021
- Marx, Karl.2007.*KAPITAL Buku II: Proses Sirkulasi Kapital*.Yogyakarta: Hasta Mitra.
- Suleman, Zulfikri.*Demokrasi Untuk Indonesia: Pemikiran Politik Bung Hatta*.Jakarta: Gramedia.
- S, Leo Agung.2013.*Sejarah Intelektual*.Yogyakarta: Ombak.
- Marx, Karl.2007.*KAPITAL Sebuah Kritik Ekonomi Politik Buku III: Proses Produksi Kapitalis Secara Menyeluruh*.Yogyakarta: Hasta Mitra.
- Paulo, Lafargue.2008.*Hak Untuk Malas*.Yogyakarta: Jalasutra.
- Giddens, A.1996.*The Consequences of Modernity*.Cambridge: Polity Press.
- Newman, Michael.2006.*Sosialisme Abad 21*.Yogyakarta: Resist Book.
- Haryanto, S.2012.*Spektrum Teori Sosial: Dari Klasik Hingga Postmodern*.Yogyakarta: AR-RUZZ MEDIA.
- Saeng, V.2012.*Herbert Marcuse: Perang Semesta Melawan Kapitalisme Global*.Jakarta: Gramedia.
- Marcuse, H.2007.*One-Dimensional Man*.New York: Beacon Press.
- Velda Ardia, *Drama Korea dan Budaya Populer* Jurnal Komunikasi, Volume 2,

Nomor 3, Mei - Agst 2014,
halaman 12 – 18

sarah fella, abdu sair
“Menjadi Korea”: Melihat
Cara, Bentuk dan Makna
Budaya Pop Korea bagi
Remaja di Surabaya Journal
of Urban Sociology Volume 3
/ No. 2 / Oktober 2020

Frulyndese K. Simbar
*Fenomena Konsumsi Budaya
Korea Pada Anak Muda Di*

Kota Manado Jurnal Holistik,
Tahun X No. 18 / Juli -
Desember 2016

Haryatmoko.2019.*Membongk
ar Rezim Kepastian:
Pemikiran Kritis Post-
Strukturalis*.Yogyakarta:

Kanisius.