

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi menciptakan perubahan sosial secara besar-besaran terhadap bidang kehidupan masyarakat. Dengan majunya teknologi menciptakan berbagai peluang bagi masyarakat untuk mengeksplorasi dunia luar dengan mudah dan cepat. Tidak dapat dipungkiri perkembangan teknologi disertai dengan proses globalisasi menambah kompleksitas dalam kehidupan masyarakat, salah satunya di bidang budaya. Terutama negara Indonesia yang dikenal dengan keheterogenitasan aspek sosial dan budayanya (Tomlinson, 2007: 148).

Negara Indonesia memiliki banyak kekayaan budaya lokal yang tersebar luas di berbagai daerah Nusantara. Budaya lokal adalah semua ide, aktivitas dan hasil aktivitas manusia dalam suatu kelompok masyarakat di lokasi tertentu. Budaya lokal secara aktual masih tumbuh dan berkembang di dalam masyarakat serta disepakati bersama untuk dijadikan pedoman secara kolektif. Budaya lokal adalah ciri khas budaya sebuah kelompok masyarakat lokal. Sebagai contoh budaya *Nyadhar* dari Sumenep, budaya tari *Lenong* dari Jakarta, budaya *Grebek* Pancasila dalam memperingati Hari Pancasila khas Blitar dan masih banyak budaya lokal yang dimiliki oleh Indonesia. Budaya-budaya tersebut memiliki ciri khas, nilai makna filosofis bagi setiap Masyarakat (Ismail, 2011: 187).

Budaya-budaya lokal tersebut merupakan salah satu budaya lokal yang hingga saat ini masih ada dan tetap terlaksana dalam masyarakat setempat. Namun meski demikian, popularitas budaya lokal dewasa ini mengalami penurunan terutama di kalangan generasi muda. Akibat perkembangan teknologi yang menyebabkan proses globalisasi dan masuknya nilai-nilai baru, kebiasaan-kebiasaan baru serta pengetahuan-pengetahuan baru di dalam masyarakat. Adanya kemudahan akses yang ditawarkan oleh globalisasi membuat hal-hal baru tersebut

menjelma membentuk suatu budaya baru yang banyak menarik perhatian masyarakat Indonesia. Budaya baru tersebut dikenal dengan istilah budaya populer. Budaya populer merupakan budaya yang disukai secara luas oleh banyak orang dikenal dengan budaya populer, budaya *pop/popular culture*, atau budaya massa/*massa culture* (Storey, 2010: 1).

Setidaknya terdapat dua budaya populer terbesar yang berhasil menjadi kiblat gaya hidup masyarakat di Indonesia. Pertama budaya Barat, pada masa kolonial. Sebelumnya budaya Barat mulai masuk ke negara Indonesia, dan mampu menjadi kiblat bagi gaya hidup masyarakat dalam kehidupan sehari-hari (Aminullah, 2021:2). Kedua budaya *Hallyu*, pada awal tahun 2000-an Indonesia kembali menghadapi hal serupa dengan adanya dobrakan budaya *Hallyu* atau biasa dikenal dengan istilah *Korean Wave* (Gelombang Korea). Budaya *Hallyu* merupakan globalisasi budaya negara Korea Selatan yang berekspansi di berbagai negara, baik secara disadari maupun tidak. Bentuk penyebaran budaya *Hallyu* ini berupa *film*, drama, musik, *fashion*, *skincare*, makanan dan pernak-pernik budaya lainnya yang dengan sengaja mengangkat budaya identitasnya dengan tujuan agar dikenali oleh negara-negara lain (Nastiti, 2010: 3).

Tepat pertengahan akhir tahun 2000-an budaya *Hallyu* tersebar dalam inkarnasi bersamaan dengan peningkatan kiat promosi integrasi ASEAN oleh pemerintah regional yang dilakukan dengan mendalam dan hati-hati. Hal tersebut tidak hanya dilatar belakangi oleh integrasi ekonomi namun untuk sarana promosi untuk menarik investasi pembangunan yang lebih besar di suatu wilayah (Ainslie, 2015: 11). Pada awal tahun 2020 silam budaya *Hallyu* mengeluarkan terobosan besar dalam industri kultural global. Secara perlahan budaya *Hallyu* di Indonesia mulai menjamur dan merambat ke berbagai bidang kehidupan masyarakat membentuk suatu budaya populer. Budaya *Hallyu* banyak disukai oleh masyarakat terutama bagi generasi muda. Hingga saat ini budaya *Hallyu* mampu menciptakan eksistensi yang kuat di dalam masyarakat terutama pada generasi muda di Negara Indonesia. Saat ini budaya *Hallyu* menjadi kiblat baru bagi gaya hidup masyarakat

Indonesia dan mampu menggeser popularitas budaya barat bahkan budaya lokal pada generasi muda.

Budaya *Hallyu* secara kompleks menarik minat generasi muda mulai dari *K-Drama*, *K-Pop*, *K-Movie*, *fashion style*, *skincare*, bahasa, bahkan makanan Korea pun mulai banyak digandrungi generasi muda. Di sisi lain negara Indonesia memiliki budaya lokal. Tentunya budaya lokal sebagai identitas bangsa Indonesia sangat penting untuk dijaga eksistensi juga popularitasnya, namun dengan adanya budaya *Hallyu* tercipta suatu keadaan dimana budaya lokal harus berdampingan dengan budaya *Hallyu*.

Menurut Tomlinson perkembangan teknologi komunikasi membuat runtuhnya batasan fisik dan menciptakan suatu aliran ide, informasi, produk budaya. Ketika dua budaya saling berdampingan tentunya hal tersebut akan mempengaruhi satu sama lain. Salah satu pengaruhnya adalah proses deteritorialisasi budaya berupa peniadaan batas-batas geografis terhadap kebiasaan asli masyarakat sebagai wujud dari pengaruh adanya globalisasi. Deteritorialisasi disebabkan oleh prospek budaya dalam globalisasi mulai melemah karena batas-batas budaya mulai tersamarkan oleh globalisasi (Tomlinson, 2007: 152).

Deteritorialisasi dalam analisis budaya memaparkan bagaimana kehidupan tertransformasi, terhubung oleh lokalitas budaya. Transformasi yang dijelaskan dalam konsep deteritorialisasi dapat juga terjadi melalui proses telemediatisasi, yaitu proses dimana peran media dan komunikasi baik melalui teknologi maupun institusi sebagai lintasan penyebaran secara cepat lokalitas budaya (Fahmi, 2020: 6).

Proses deteritorialisasi mengakibatkan batas-batas budaya menjadi samar dan tercipta suatu keadaan dimana ciri khas dan perbedaan budaya melemah dan perlahan memudar. Hal tersebut disebabkan oleh adanya internet dan telepon genggam yang memungkinkan komunikasi tanpa harus disertai perpindahan fisik hal ini disebut dengan virtual travel dimana proses deteritorialisasi berlangsung melalui media internet dengan arus globalisasi (Tomlinson, 2007: 159). Budaya

Hallyu secara cepat dibawa arus globalisasi merambat melalui berbagai macam media hiburan seperti *K-Drama*, *K-Pop*, *K-Movie*, dan lain-lain. Di antara media hiburan tersebut, media *K-Drama* atau drama Korea merupakan salah satu media hiburan yang menjadi media strategis bagi negara Korea Selatan untuk memasarkan, memperkenalkan budaya *Hallyu* kepada dunia tidak terkecuali Indonesia karena banyak peminat.

Melihat sejarah perkembangan budaya *Hallyu* masuk ke Indonesia dimulai pada tahun 2002 pasca Piala Dunia Korea Selatan dan Jepang, saat itu momen tersebut dimanfaatkan untuk memperkenalkan drama Korea. Perdana tayang di stasiun televisi Indonesia yaitu Trans TV pada tanggal 26 Maret 2002 dengan judul *Mother's Sea*. Setelah itu semakin banyak stasiun televisi yang juga menayangkan drama Korea diikuti oleh tumbuhnya penggemar-penggemar drama Korea (Widiasmara, 2020).

Bahkan hingga saat ini akses untuk menonton drama Korea semakin mudah melalui internet menggunakan android atau *handphone*. Faktor ini merupakan salah satu menjadi bagian penting dalam mendongkrak popularitas budaya *Hallyu*. Tahun 2021 Indonesia menduduki peringkat 4 sebagai negara dengan penggemar budaya *Hallyu* (Henry, 2021). Dengan akses internet membuat percepatan penyerapan budaya, sedangkan media berperan menjadi agen penyebaran budaya yang masif. Sebagai contoh adalah internet atau telepon genggam yang memungkinkan komunikasi tanpa langsung menyertakan perpindahan fisik dan juga informasi yang mana mampu membawa pengaruh terhadap para pemakai, penerima informasi dan selanjutnya akan terjadi sebuah proses timbal balik berupa pengadaptasian, penyerapan terhadap hal-hal baru yang dihasilkan dari sebuah proses deterritorialisasi. Fenomena deterritorialisasi sangat berpengaruh bagi realitas sosial terkait eksistensi popularitas budaya *Hallyu* di kalangan masyarakat terutama pada kalangan generasi muda yang dinilai sangat responsif untuk hal-hal yang baru.

Tidak sedikit generasi muda yang menyukai budaya *Hallyu*. Mayoritas penyuka budaya *Hallyu* dari kalangan perempuan dan juga beberapa orang berjenis

kelamin laki-laki. Namun, globalisasi budaya *Hallyu* tidak berhenti disitu, keberadaan budaya *Hallyu* menimbulkan proses deteritorialisasi yang dapat mempengaruhi popularitas budaya lokal di kalangan masyarakat terutama para penggemar drama Korea.

Penggemar drama Korea menciptakan kembali teritorial di tempat-tempat sebagai tempat produksi identitas juga kelokalan mereka. Secara tidak sadar penggemar drama Korea akan melihat, memahami, dan merasakan waktu, ruang, dan identitas orang lain (Appadurai, 2004: 62). Banyak nilai-nilai budaya *Hallyu* yang diselipkan dalam tayangan drama Korea, tidak hanya disuguhkan dengan tampilan visualitas yang memanjakan mata. Terdapat nilai-nilai budaya Korea yang dikemas bersama dengan penebaran *Hallyu*. Budaya tersebut terselip rapi dalam drama Korea di antaranya salam cara menyapa, gaya berpakaian, gaya komunikasi, agama dan keyakinan, perayaan, kuliner, gaya hidup, hingga sistem penamaan. Selama menonton tayangan drama Korea, penggemar drama Korea sedikit banyak akan terpengaruh oleh nilai-nilai yang terselip dalam drama Korea. Hal ini dibuktikan dengan realita adanya fenomena pengaplikasian budaya Korea melalui *Hallyu* di dalam kegiatan sehari-hari misalnya mulai dari model pakaian, penggunaan bahasa Korea, timbul rasa ketertarikan untuk mempelajari lebih dalam budaya Korea yang dibawa *Hallyu*.

Realitas tersebut menggambarkan bahwa budaya *Hallyu* begitu digandrungi oleh generasi muda khususnya penggemar drama Korea. Secara perlahan realitas tersebut akan mengakibatkan deteritorialisasi dan menimbulkan pertanyaan bagaimana proses deteritorialisasi budaya *Hallyu* pada kalangan penggemar drama Korea berlangsung? Bagaimana keberadaan budaya *Hallyu* pada kalangan penggemar drama Korea?

Untuk mendapatkan jawaban dari semua pertanyaan-pertanyaan tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mendalam lebih lanjut mengenai fenomena sosial tersebut melalui sebuah penelitian yang berjudul “Deteritorialisasi Budaya *Hallyu* di Kalangan Penggemar Drama Korea (Studi Netnografi pada

Anggota Grup *Facebook K-Drama Lovers Indonesia*)”. Penelitian ini berfokus pada suatu anggota grup penggemar drama Korea yaitu *K-Drama Lovers Indonesia* yang ada di *Facebook* dengan tujuan untuk meneliti proses deteritorialisasi budaya *Hallyu* yang dialami oleh anggota grup tersebut (penggemar drama Korea).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah “Bagaimana deteritorialisasi budaya *Hallyu* di kalangan penggemar drama Korea?”

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Agar mendapatkan fokus penelitian yang cermat dan rasional maka peneliti memberikan batasan masalah, dengan tujuan mempermudah para pembaca dalam memahami penelitian ini nanti. Maka dalam penelitian ini peneliti memfokuskan pada kajian fenomena deteritorialisasi budaya *Hallyu* yang terjadi di kalangan penggemar drama Korea yang berfokus pada suatu anggota grup penggemar drama Korea yaitu *K-Drama Lovers Indonesia* yang terdapat di *Facebook* dengan meneliti proses deteritorialisasi budaya *Hallyu* yang dialami oleh anggota grup tersebut (penggemar drama Korea).

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana deteritorialisasi budaya *Hallyu* di kalangan penggemar drama Korea.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Praksis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran penjelasan bagi mahasiswa, masyarakat maupun pembaca lainnya mengenai deteritorialisasi budaya *Hallyu* di kalangan penggemar drama Korea.

1.5.2 Manfaat Teoritis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan deterritorialisasi budaya *Hallyu* di kalangan penggemar drama Korea. Memberikan kontribusi pemikiran terhadap ilmu Sosiologi dan lembaga akademis Universitas Trunojoyo Madura khususnya Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya.