

GAYA HIDUP MAHASISWA UNTIRTA MELALUI KOREAN WAVE

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial
Pada Konsentrasi Ilmu Humas Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa



Disusun Oleh:

PRAYOGO PANGESTU ADJIE

NIM. 092478

**KONSENTRASI ILMU HUMAS
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA
SERANG-BANTEN**

2013

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Prayogo Pangestu Adjie
NIM : 092478
Judul Skripsi : Gaya Hidup Mahasiswa Untirta melalui
Korean Wave

Serang, Juli 2013

Skripsi ini Telah Disetujui untuk Diujikan
Menyetujui,

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Rahmi Winangsih, Dra., M.Si

NIP. 197810192005012001

Andin Nesia, S.IK., M.I.Kom

NIP. 198206062006042001

Mengetahui,

Dekan FISIP UNTIRTA

Dr. Agus Sjafari, S.Sos., M.Si

NIP. 19708242005011002

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Prayogo Pangestu Adjie
NIM : 6662092478
Tempat Tanggal Lahir : Serang 13 Februari 1990
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul Gaya Hidup Mahasiswa Untirta Melalui Korean Wave adalah hasil karya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari skripsi ini terbukti mengandung unsur plagiat, maka gelar kesarjanaan saya bisa dicabut.

Serang, Juli 2013

Prayogo Pangestu Adjie

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Prayogo Pangestu Adjie

NIM : 6662092478

Judul Skripsi : Gaya Hidup Mahasiswa Melalui Korean Wave

Telah diuji dihadapan Dewan Penguji Sidang Skripsi di Serang, 24 Juli 2013 dan telah dinyatakan **LULUS**.

Serang, 24 Juli 2013

Ketua Penguji :

Iman Mukhroman.,S.Sos., M.Si

(.....)

NIP. 197502022002121002

Anggota :

Mia Dwianna, S.Sos., M.I.Kom.

(.....)

NIP. 197104222006042001

Anggota

Andin Nesia, S.IK., M.I.Kom

(.....)

NIP 198206062006042001

Mengetahui,

Dekan FISIP UNTIRTA

Ketua Program Studi

Dr. Agus Sjafari, S.Sos., M.Si

NIP.197108242005011002

Neka Fitriyah, S.Sos., M.Si

NIP.197708112005012003

Motto

Bekerja : itulah karya dari keberhasilan

Berpikir: itulah sumber kekuatan

Berolahraga: Itulah rahasia badan sehat dan awet muda

Membaca : itulah dasar kebijaksanaan

Bersikap ramah : itulah jalan menuju persahabatan

Mengasihi : itulah puncak kesukacitaan hidup

Tertawa : itulah musik bagi jiwa

Bermimpi : itulah cara membayangkan kemungkinan yang luar biasa

Kecepatan mengambil keputusan, memanfaatkan waktu sebaik mungkin, dan melaksanakan tugas pekerjaan dengan hati adalah titik awal dari kesuksesan.

Persembahan

Persembahan utama aku berikan pada perempuan paling hebat dan paling tangguh di dunia ini, Siti Maryam

ABSTRAK

Prayogo Pangestu Adjie. NIM. 092478. Skripsi. Gaya Hidup Mahasiswa Untirta melalui Korean Wave. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. 2013

Dunia saat ini tengah dilanda hysteria Korean Wave. Fenomena meningkatnya popularitas dunia hiburan dan budaya Korea Selatan di Asia dan Dunia. Suatu fenomena yang kini meraih kesadaran tinggi di dunia. Korean Wave dimana mencakup tiga bentuk media, yaitu musik pop (K-Pop), serial drama televisive (K-Drama), dan film-film lepas Korea (K-movies). Dampak yang dirasakan di Indonesia adalah semakin banyaknya masyarakat yang tertarik dengan Korean Wave ini. Hal ini berdampak pada perubahan perilaku atau gaya hidup pada masyarakat khususnya remaja. Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang gaya hidup remaja dalam hal ini mahasiswa Untirta melalui Korean Wave ini, berangkat dari paradigma postpositivme, penelitian ini berupaya menggambarkan bagaimana gaya hidup mahasiswa Untirta melalui Korean Wave ini. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode kualitatif, dengan mengunakan teori norma budaya De Fleur dan Semiotika, dalam hal ini menganalisis bagaimana media mempengaruhi kebudayaan, pengetahuan, norma-norma, dan nilai suatu masyarakat dan pemaknaan akan tanda-tanda Korean wave. Menganalisis gaya hidup mahasiswa antara lain gaya berpakaian, gaya berbicara, dan budaya konsumtif. Dari penelitian ini dapat disimpulkan mengenai gaya hidup mahasiswa Untirta yang mengalami perubahan, saat ini mahasiswa lebih banyak menghabiskan waktunya untuk menikmati tayangan-tayangan Korea. Dan macam-macam gaya hidup mahasiswa Untirta diantaranya bagaimana gaya berpakaian, gaya berbicara dan budaya konsumsi terhadap produk-produk Korea yang sedang trend dan digemari saat ini.

Kata Kunci : Gaya Hidup & Korean Wave

ABSTRACT

Prayogo Pangestu Adjie. NIM. 092478. Thesis. Gaya Hidup Mahasiswa Untirta melalui Korean Wave (The Lifestyle of Untirta's Students through Korean Wave). Communication Science Courses Faculty of Social and Political Sciences University Sultan Ageng Tirtayasa. 2013

Nowadays, Korean Wave has a great influence for people in the world. This is a phenomenon where the popularity of South Korea's entertainment and culture are increase in Asia and around the world. This phenomenon has achieved a high consciousness in the world. Korean Wave consists of three types of media, there are pop music (K-Pop), television drama (K-Drama), and Korean movies (K-Movies). The impact of Korean Wave in Indonesia is people become more interesting with it. It can be an impact to behavior changing or lifestyle in society, especially for teenagers. Based on that phenomenon, the researcher is interested to conduct a research about lifestyle of teenagers, in this context are students of Sultan Ageng Tirtayasa University (Untirta), through Korean Wave. From the postpositivism paradigm, this research attempts to describe lifestyle of Untirta's students through Korean Wave. In this research, the method that used by researcher is qualitative method accompanied by De Fleur's cultural norm theory and Semiotic, in this context is to analyze how the media can fashion style, speech, and consumption culture. Furthermore, the researcher will analyze the various lifestyles of students through this Korean Wave. Based on the research, it can be concluded that lifestyle of Untirta's students has been changing. Most of students spend their times to watch Korean's drama. In addition, they also have a lifestyle of dressing style, speaking style, and consuming to the Korean's products that become a trend now.

Keywords : Lifestyle & Korean Wave

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahamt dan nikmat-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini dengan sebaik-baiknya.

Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar kesarjanaan strata satu (S1) pada program studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat di Fakultas Ilmu Sosial Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Penulis telah berusaha semaksimal mungkin dalam menyelesaikan skripsi dengan judul **“Gaya Hidup Mahasiswa melalui Korean Wave”**.

Penulis menyadari akan segala keterbatasan baik pengetahuan, pengalaman, maupun kemampuan yang penulis miliki dalam menyusun skripsi ini, sehingga masih banyak terdapat kekurangan meskipun penulis telah berusaha untuk menyelesaikannya dengan sebaik mungkin.

Harapan penulis, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang membutuhkannya dan kekurangannya semoga dapat disempurnakan pada masa yang akan datang.

Dalam penyusunan ini penulis menyadari selama proses penyusunan ini banyak mendapat bantuan baik secara moril maupun materil dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini dengan kerendahan hati itu penulis perlu

menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu serta penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Prof. Dr. H. Sholeh Hidayat,, M.Pd, selaku Rektor Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
2. Dr. Agus Sjafari, M. Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
3. Ibu Neka Fitriah, S.Sos, M.Si selaku Kepala Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
4. Ibu Rahmi Winangsih, Dra., M.Si selaku dosen pembimbing akademik serta pembimbing I penulis dalam menyusun skripsi ini. Terimakasih atas masukan dan arahan serta motivasi yang diberikan kepada penulis selama pengerjaan skripsi ini.
5. Ibu Andin Nesia,S.IK.,M.I.Kom selaku pembimbing II, terimakasih atas segala bimbingan, saran, masukan serta motivasi yang ibu berikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Seluruh Dosen beserta staf Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Terima kasih karena Bapak/Ibu telah memberikan penulis banyak ilmu bermanfaat selama penulis menjalani proses perkuliahan di universitas ini.
7. Galuh, Dina, Adela, Ayin, Hegar, Nissa, Esa dan Windy yang telah bersedia menjadi informan dalam membantu penyelesaian skripsi ini.

8. Juga lebih khusus, peneliti ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua, Mbak Tari dan Wiwit keluarga tercinta yang senantiasa memberikan dorongan moril serta materil sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan (S-1).
9. Seorang yang istimewa, yang selalu memberi semangat, dorongan, perhatian dan rasa sabar yang selama ini diberikan kepada penulis terimakasih Wilda Kurniawati.
10. Terimakasih untuk sahabat-sahabat terhebat Kris, Wisnu, Mumu, Mamo, Rian, Junet dan Febi yang telah membantu, mendoakan dan memberi semangat untuk penulis.
11. Rekonvasi Bhumi, Scooter Banten Club, Serang All Mountain, Pedagang-pedagang Pasar Lama, terimakasih telah menjadi tempat belajar dan santai penulis.
12. Seluruh teman-teman komunikasi terutama teman-teman Humas angkatan 09, terima kasih atas kebersamaan kita selama ini dan semangat berjuan sama-sama meraih kelulusan.
13. Komputer, netbuk, kitab ijo, buku-buku komunikasi, vespa, sepeda, dan jaket honda bebel terimakasih selalu ikhlas menemani penulis kapanpun penulis mau dan butuhkan.
14. Semua pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Pada skripsi ini penulis sadar akan kekurangan baik dari segi materi dan sistematika penulisannya, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar dapat lebih menyempurnakan skripsi ini dan mohon maaf yang sebesar-besarnya apabila terdapat kesalahan pada penulisan ini.

Demikian pula, hanya kepada Allah SWT penulis mengembalikan segala masalah dan semoga apa yang telah penulis kerjakan mendapat Ridho-Nya. Semoga skripsi ini berguna dan dapat menambah pengetahuan serta wawasan bagi siapapun yang membacanya.

Serang, 10 Maret 2013

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

JUDUL COVER	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS	
LEMBAR PENGESAHAN	
MOTTO	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR BAGAN	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Identifikasi Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	9

1.5	Kegunaan Penelitian	10
1.5.1	Kegunaan Teoritis	10
1.5.2	Kegunaan Praktis	10

BAB II DESKRIPSI TEORI

2.1	Kajian Pustaka	11
2.1.1	Pengertian Komunikasi	11
2.1.2	Fungsi Komunikasi.....	13
2.1.3	Bentuk-Bentuk Komunikasi.....	14
	2.1.3.1 Komunikasi Massa	14
	2.1.3.2 Pengertian Media Massa	15
2.1.4	Budaya Massa	18
2.1.5	Komunikasi Lintas Budaya	20
2.1.6	Gaya Hidup Melalui Korean Wave	23
	2.1.6.1 Gaya Hidup	23
	2.1.6.2 Korean Wave	26
2.2	Teori Norma Budaya	28
2.3	Semiotika.....	30
2.4	Kerangka Berfikir.....	33
2.5	Penelitian Sebelumnya	37

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Metododologi Penelitian	42
3.2	Paradigma Penelitian	43
3.3	Jenis dan Sumber Data	44
3.4	Instrumen Penelitian	45
3.4.1	Wawancara	45
3.4.2	Observasi	46
3.4.3	Dokumentasi	47
3.5	Key Informan	48
3.6	Analisis Data	50
3.7	Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian	51

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1	Deskripsi Objek Penelitian	53
4.1.1	Sejarah Singkat Universitas Sultan Ageng Tirtayasa	53
4.1.2	Sejarah Singkat Komunitas Korean Wave (Hanguk Aein)	56
4.2	Deskripsi Key Informan	57
4.3	Hasil Penelitian	61
4.3.1	Gaya Hidup Mahasiswa melalui Korean Wave.....	63

4.3.2. Gaya Berpakaian	68
4.3.3 Gaya Berbicara	73
4.3.4 Budaya Konsumtif.....	76

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	83
5.2 Saran	84

Daftar Pustaka

Lampiran

Riwayat Hidup

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Sebelumnya	37
Tabel 3.1	Jadwal Penelitian	51

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1	Kerangka Berfikir	36
Bagan 4.1	Gaya hidup Mahasiswa Melalui Korean Wave.....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Logo Hanguk Aein Community	56
------------	----------------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Budaya Korea kian terasa kental terhadap kehidupan para Mahasiswa Untirta. Galuh seorang mahasiswa FISIP Untirta, sejak kemunculan drama korea "*Endless Love*" membuat mahasiswa FISIP Untirta ini sangat tertarik pada budaya Korea. Sejak tahun 2010 Galuh mulai mencoba mengikuti life style Korea. Mulai dari musik, drama, gaya busana hingga model rambut. Gaya rambut Galuh diubah seperti vokalis Suju-Yesung, potongan rambut tersasak, dibelah tengah dan berponi miring.¹

Tak hanya itu mahasiswa angkatan 2010 ini pernah telat kuliah karena keasyikan menonton drama korea. Ia juga mengaku jika tak kuliah ia pernah menghabiskan waktu seharian hanya untuk menonton drama Korea. Artis korea yang menginspirasi adalah Song Hye Kyo. Menurut Galuh,

"Song Hye Kyo merupakan salah satu artis wanita korea yang konsisten, peduli terhadap lingkungan dan *low profile*. Song Hye Kyo yang jadi duta lingkungan hidup ketika itu digambarkan dia memakai baju dan tas yang bertulisan *go green*."²

¹ Hasil Observasi pada Galuh pada tanggal 8 September 2012

² Hasil wawancara dengan Galuh pada tanggal 8 September 2012

Karena kecintaannya terhadap Korea ternyata berdampak positif bagi Galuh. Ia pun bertekad ingin melanjutkan kuliah ke negara penghasil ginseng tersebut. Selain Galuh, Dina pun mempunyai perasaan yang sama. Mahasiswi FKIP ini bahkan pernah tidak masuk kuliah karena menonton Drama Korea.

“pernah sih kena marah mamah gara-gara keasyikan nonton film Korea sampai maghrib, sampai-sampai tv dimatikan secara paksa oleh orang tua.”³

Mahasiswi angkatan 2010 ini menyukai drama korea lebih menarik dan bagus tidak membosankan. “Sangat berbeda dengan sinetron Indonesia yang *ending* dari ceritanya gak jelas, terangnya.

Ternyata baik Galuh dan Dina mulai terkena demam Korea sejak menonton tayangan Korea *Endless Love* yang diputar ketika mereka SD. Dikatakan Dosen Psikologi Untirta Fakultas ISIP,

“Apa yang terjadi pada kedua Mahasiswa Untirta ini merupakan suatu hal yang wajar. Karena remaja memiliki tahapan perkembangan yaitu identifikasi. Pada tahap ini remaja mencari identitas jati diri. Salah satu yang dilakukan adalah mempunyai tokoh panutan. Remaja sedang mencari tokoh yang mereka idolakan. Tetapi remaja juga harus bisa membedakan antara realitas dan imajinasi. Apabila remaja tersebut terlalu *fanatik* terhadap idolanya mereka akan kehilangan jati diri. Tokoh idola harusnya digunakan sebagai motivasi. Remaja semestinya harus tetap punya kesadaran diri yang imajinasi dan realitas. Selama remaja masih bisa memahami dan membedakan realitas dan imajinasi. Demam Korea hanya bagian dari hiburan. Ia pun menyarankan agar mahasiswa harusnya melakukan kegiatan-

³ Hasil Wawancara dengan Dina pada tanggal 8 September 2012

kegiatan yang lebih positif seperti belajar dan bersosialisasi dengan orang sekitar daripada hanya berimajinasi dengan tokoh idolanya.”⁴

Banten sebagai provinsi yang masih tergolong baru di Indonesia saat ini tidak luput dari pengaruh *korean wave*. Kegilaan akan *fashion* yang bergaya Korea ini boleh dikatakan tidak jauh berbeda dibandingkan kota besar lainnya di Indonesia. Di sepanjang jalan dan pusat perbelanjaan dapat dengan mudah kita temui pengaruh *korean wave*. Remaja di Banten banyak yang telah mengadopsi *fashion* Korea untuk kesehariannya.

Tidak ketinggalan pula para penggemar hiburan Korea yang menganggap dirinya memiliki kecintaan pada budaya Korea yang tinggi menghimpun teman-temannya membentuk *fandom* artis Korea atau dikenal sebagai *Korea lovers*. *Fandom* adalah nama lain dari *fans club* di dunia musik K-Pop, nama-nama mereka bisa dibilang unik dan sangat melembagakan kecintaan para fans pada artis kesayangannya.⁵ Saat ini ada satu *fandom* di Banten, yaitu *Hanguk Aein Community* yang aktif melakukan pertemuan membahas mengenai kecintaannya akan budaya K-Pop. Di Indonesia sendiri sudah banyak sekali *fandom* resmi yang ada antara lain E.L.F, SHAWOL, Cassie (TVXQ+JYJ), SONE, dll.⁶

⁴ Hasil wawancara dengan Muhammad Jaiz, Dosen Psikologi Komunikasi Untirta pada tanggal 3 Desember 2012

⁵ <http://selfbside.wordpress.com/2012/06/07/daftar-nama-fandom/> diakses pada 18 september 2012 pukul 22.18

⁶ <http://www.facebook.com/events/119023208200125/> diakses pada 18 september 2012 pukul 22.18

Fenomena yang sedang populer di kalangan mahasiswa Untirta saat ini. Seiring dengan drama Korea yang semakin diterima publik Indonesia, muncul pula kegemaran akan grup musik *boyband* dan *girlband* seperti grup musik SNSD, 2PM, CN Blue, [Super Junior](#) dan lain-lain. Sejak itu, penggemar *K-pop* dan drama Korea mulai umum dijumpai. *Boyband* dan *girlband* dadakan pun kini mulai muncul, sebut saja Smash, Chery Belle, 7 Icon dan lain-lain.

Semakin banyaknya jumlah penggemar Korea saat ini, maka terbentuklah basis penggemar Korea yang dikenal dengan sebutan *Korea Lovers*. Mereka secara rutin saling bertemu dan berkomunikasi, saling tukar menukar informasi. Bahkan mengganti nama-nama panggilan mereka dengan nama-nama Korea. Cara bicara mereka juga unik, yaitu dengan menyelipkan istilah-istilah dalam bahasa Korea. Tidak sampai disitu saja, mereka juga terobsesi untuk mempelajari bahasa Korea. Efeknya, saat ini tempat kursus bahasa Korea semakin menjamur. Tak ketinggalan pula, segala atribut yang berlabel Korea menarik minat mereka, mulai dari produk-produk elektronik, alat *make-up*, *fashion*, restoran makanan khas Korea, festival budaya Korea menjadi incaran *fandom*. Mereka berusaha untuk menunjukkan identitas ke-Korea-an mereka lewat produk-produk yang mereka gunakan.

Contoh nyata hegemoni budaya pop Korea adalah bergesernya penilaian selera mengenai pria idaman. Sebelum masuknya budaya pop

Korea di Indonesia, masyarakat kita mengacu pada aktor *Hollywood* yang *macho*. Namun, setelah masyarakat mulai menggandrungi tayangan Korea baik itu film, sinetron, maupun musik, mereka cenderung beralih menyukai pria dengan gaya *cute*, imut, putih dan tinggi ala aktor Korea. Belum lagi pakaian ataupun produk-produk yang digunakan artis Korea. Para artis Korea kini menjadi ikon dan seolah semua yang digunakan ataupun dilakukan mereka ditiru oleh penggemar budaya pop Korea.⁷

Budaya pop saat ini tidak hanya menjadi dominasi budaya barat, tetapi Asia juga mulai menunjukkannya dengan menjadi pengeksport budaya pop. Tidak bisa dipungkiri lagi, saat ini tengah berlangsung Korean Wave. Hal ini mengacu pada popularitas tayangan hiburan Korea Selatan yang meningkat secara signifikan di seluruh dunia tak terkecuali di Indonesia. Meluasnya *korean wave* ini tidak bisa dilepaskan dari peran media massa yang secara sadar maupun tidak telah membantu terjadinya aliran budaya ini. Bisa dikatakan bahwa karena media massa-lah *korean wave* dapat memasuki semua sudut negara-negara Asia tak terkecuali Amerika dan Eropa.

Globalisasi budaya pop Korea atau yang lebih dikenal dengan *Korean Wave* ini berhasil mempengaruhi kehidupan masyarakat dunia. Korea pada abad 21 dapat dikatakan telah berhasil menyaingi *Hollywood* dan *Bollywood* dalam melebarkan sayap budayanya ke dunia internasional.

⁷ Tony Burhanudin, Majalah Marketing no.07/XII/Juli 2013. Hallyu merasuki Indonesia hal. 70

Berbagai produk budaya Korea mulai dari drama, film, lagu, fashion, hingga produk-produk industri menghiasi ranah kehidupan masyarakat di berbagai belahan dunia. Bukan hanya di kawasan Asia tetapi sudah merambah ke Amerika dan Eropa.⁸

Selain Jepang, Korea pun mulai menunjukkannya sebagai negara pengeksport budaya pop melalui tayangan hiburannya dan hal tersebut menjadi saingan berat bagi Amerika dan negara-negara Eropa. Hal ini sejalan dengan kemajuan industri hiburan Korea dan kestabilan ekonomi mereka.

Selama sepuluh tahun terakhir ini, demam budaya pop Korea melanda Indonesia. Fenomena ini dilatarbelakangi Piala Dunia Korea-Jepang 2002 yang berakhir dengan masuknya Korea sebagai kekuatan empat besar dunia dalam hal persepakbolaan. Kesuksesan Korea di Piala Dunia 2002 semakin mempersohor nama Korea di mata dunia. Beberapa waktu menjelang, selama dan setelah hiruk-pikuk Piala Dunia, beberapa stasiun televisi swasta di tanah air gencar bersaing menayangkan musik, film-film maupun sinetron-sinetron Korea.⁹

Menurut Kim Song Hwan, seorang pengelola sindikat siaran televisi Korea Selatan, produk budaya Korea berhasil menjerat hati

⁸ Ivan Mulyadi, *Majalah Marketing* no.07/XII/Julii 2013. Hallyu merasuki Indonesia. hal. 63

⁹ (<http://sosbud.kompasiana.com/2012/04/09/demam-k-pop-keberhasilan-pemerinta-korea-selatan-membangun-perekonomian-lewat-seni-453453.html>) diakses pada 12 agustus 2012 pukul 20:15 wib

penggemar di semua kalangan terutama di Asia disebabkan teknik pemasaran *Asian Values-Hollywood Style*. Artinya, mereka mengemas nilai-nilai Asia yang dipasarkan dengan gaya modern. Istilah ini mengacu pada cerita-cerita yang dikemas bernuansakan kehidupan Asia, namun pemasarannya memakai cara internasional dengan mengedepankan penjualan nama seorang bintang atau menjual *style*. Berbeda dengan budaya pop Jepang yang penikmatnya didominasi anak-anak dan remaja, budaya pop Korea ternyata mampu menjangkau segala usia, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa sekalipun menjadi penikmat budaya pop Korea.¹⁰

Beberapa film Korea diadopsi *Hollywood* seperti *Il-Mare*, *My Wife is a Gangster*, *My Sassy Girl*, *Hi* dan *Dharma*. Saat ini artis Korea pun sudah masuk jajaran artis *Hollywood*. Sebut saja Rain yang sukses dengan film *Ninja Assassin* dan meraih penghargaan pada *Biggest Badass* mengalahkan Angelina Jolie. Selain itu, produk-produk elektronik yang sering digunakan dalam tayangan Korea tak kalah tenarnya. Kita bisa berkaca dengan kesuksesan Samsung dan LG, dua merek elektronik internasional milik Korea. Kedua merek ini tentunya tidak asing lagi digunakan baik dalam sinetron maupun film Korea. Bahkan, menurut sebuah majalah mingguan marketing, penggemar Korea mengutarakan salah satu alasan mereka menggunakan dua produk ini karena selain

¹⁰ Rahmat Susanta, *Majalah Marketing* no.07/XII/Jul 2013. *Hallyu* merasuki Indonesia. hal. 61

memberikan kenyamanan dan kemudahan dalam penggunaan, juga karena produk ini digunakan oleh ikon pop Korea.¹¹

Korean wave mampu membentuk gaya hidup dan cara berpikir masyarakat yang dipengaruhi. Hal ini lah yang disadari pemerintah Korea, bahwa dengan merebaknya *korean wave*, akan membuka jalan bagi kemajuan ekonomi Korea. Pemerintah Korea menyadari betul potensi *Korean wave* sehingga rela mengucurkan dana untuk membiayai produksi hiburan mulai dari film, sinetron hingga musik. Musik dan artis Korea berhasil menghipnotis telinga dan mata remaja Indonesia. Kedashsyatan pesona penyanyinya dengan gerakan-gerakan dinamis telah menyihir jutaan pemirsa televisi maupun secara *live* ketika mereka sedang manggung. Indonesia benar-benar telah *dikoreakan* oleh K-pop yang didominasi oleh pria-pria mulus dengan gaya menyanyinya yang atraktif.¹²

Personel K-pop, ternyata adalah para pemain seni peran dan drama Korea. Korea benar-benar telah merubah gaya hidup dan jadwal kegiatan anak dan remaja sehari-hari. Pagi bangun tidur dari kamar mereka sudah terdengar lagu K-POP terbaru macam You and I, IU atau Trouble Maker, Hyun A & Jang Hyun Seung, *Download* seakan menjadi keasyikan tersendiri bagi para penggemar Korea.

Bukan hanya dari segi *fashion*, alat *make-up*, alat elektronik dan *gadget* buatan Korea pun menjadi incaran. Tempat penyewaan dan

¹¹ Rahmat Susanta, Majalah Marketing no.07/XII/Jul 2013. Hallyu merasuki Indonesia. hal. 61

¹² Tony Burhanudin, Majalah Marketing no.07/XII/Jul 2013. Hallyu merasuki Indonesia hal. 70

penjualan VCD dan DVD Korea pun semakin laris. DVD Korea yang paling laris dipasaran adalah Full House dan Boys Before Flowers .

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk mengangkat judul:

“Gaya Hidup Mahasiswa Untirta melalui Korean Wave”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka disusun rumusan masalah sebagai berikut:

“Bagaimana Gaya Hidup Mahasiswa Untirta Melalui Korean Wave?”

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka masalah dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Bagaimana gaya berpakaian mahasiswa Untirta melalui Korean Wave?
2. Bagaimana gaya berbahasa mahasiswa Untirta melalui Korean Wave?
3. Bagaimana budaya konsumtif mahasiswa Untirta melalui Korean Wave?

1.4 Tujuan Penelitian

Dari identifikasi masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui gaya berpakaian mahasiswa Untirta melalui Korean Wave
2. Mengetahui gaya berbahasa mahasiswa Untirta melalui Korean Wave
3. Mengetahui budaya konsumtif mahasiswa Untirta melalui Korean Wave

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Memberikan kontribusi terhadap berkembangnya ilmu-ilmu sosial, khususnya ilmu komunikasi yang berbasis pada pengembangan penelitian kajian budaya populer dari perspektif *cultural studies* dan komunikasi massa.

Dapat dipakai sebagai acuan bagi penelitian-penelitian sejenis untuk tahap selanjutnya.

1.5.2 Kegunaan Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan dalam memahami fenomena merebaknya budaya pop akibat globalisasi dan cara menghadapinya melalui pemahaman terhadap *media literacy*.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan tentang gaya hidup penggemar budaya pop Korea.

BAB II

DESKRIPSI TEORI

2.1 Deskripsi Teori

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi adalah hubungan antar dan antara manusia baik individu maupun kelompok. Dalam kehidupan sehari-hari disadari atau tidak disadari komunikasi adalah bagian dari kehidupan manusia itu sendiri, paling tidak sejak ia dilahirkan sudah berhubungan dengan lingkungannya. Gerak dan tangis yang pertama pada saat ia dilahirkan adalah tanda komunikasi.

Komunikasi merupakan aktivitas yang paling esensial dalam kehidupan manusia. Kurang lebih 70% dari waktu bangun kita dipergunakan untuk berkomunikasi. Keberhasilan seseorang pun dapat dilihat dari keterampilannya dalam berkomunikasi.

Kurangnya komunikasi akan menghambat perkembangan kepribadian. Penelitian ini membahas mengenai gaya hidup mahasiswa melalui *korean wave*. Fokus penelitian ingin melihat bagaimana pengaruh budaya pop Korea yang saat ini tengah mewabah di tengah masyarakat diadopsi sedemikian rupa sehingga mempengaruhi gaya hidup mereka.

Definisi komunikasi lebih banyak ditulis dengan menekankan pada fokus yang beragam. Keragaman pengertian tersebut disebabkan perbedaan perspektif dalam melihat komunikasi sebagai fenomena sosial. "Harold Lasswell dalam karyanya,

The structure and Function of Communication in Society. Cara yang baik menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who says what in which channel to whom in what effect?*¹³

Paradigma Lasswell tersebut menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni:

- a. Komunikator (*communicator*)
- b. Pesan (*Message*)
- c. Media (*Channel*)
- d. Komunikan (*Communicant*)
- e. Efek (*Effect*)

Jadi berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, "Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media menimbulkan efek tertentu".¹⁴ Media

¹³ Onong Uchjana Effendy, 2005. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik. Remaja Rosdakarya, Bandung. Hal 9

¹⁴ Onong Uchjana Effendy, 2005. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik. Remaja Rosdakarya, Bandung. Hal 10

komunikasi bisa seperti televisi, radio, internet, dan fashion pun bisa menjadi salah satu media komunikasi.

Sementara dalam buku pengantar teori komunikasi, West, Lynn H. Turner mengatakan bahwa

“komunikasi adalah proses sosial dimana individu-individu menggunakan simbol-simbol untuk menciptakan dan menginterpretasikan makna dalam lingkungan mereka”¹⁵

Dalam konteks gaya hidup, dapat diartikan gaya hidup yang kita lakukan akan menciptakan makna dalam lingkungan kita.

2.1.2 Fungsi Komunikasi

Terdapat beberapa fungsi dari komunikasi yang dikemukakan oleh para ahli, Effendy menyimpulkan fungsi komunikasi secara umum yaitu:

- a. Menyampaikan informasi dari komunikator dengan mengumpulkan, menyimpan dan meresponnya. Untuk disebarkan kepada yang membutuhkan sebagai komunikasi agar dapat *feedback* dan mengambil keputusan yang tepat.
- b. Mendidik dan memajukan kebudayaan sehingga dapat mengembangkan intelektualitas dan keterampilan

¹⁵ West Richard, Lynn H. Turner, 2009. Pengantar Teori Komunikasi Edisi. 3. Salemba Humanika, Jakarta. Hal 5

seseorang, membangun kreatifitas agar berguna dimasa sekarang dan dimasa yang akan datang.

- c. Mempengaruhi orang lain agar dapat menentukan pilihan dan keinginannya, agar keinginannya dapat terpenuhi dengan baik.
- d. Memberi hiburan kepada orang lain seperti membuat alunan musik, tarian, permainan dan sebagainya.

2.1.3 Bentuk-Bentuk Komunikasi

Salah satu bentuk komunikasi yang perkembangannya cukup pesat adalah komunikasi media. Komunikasi menggunakan media berarti komunikasi tersebut terjadi secara tidak langsung dan menggunakan media. Perantara tersebut berupa media massa maupun nirmassa.

Menurut Onong Uchjana, "proses komunikasi bermedia atau disebut juga komunikasi tidak langsung itu menggunakan saluran atau sarana untuk meneruskan suatu pesan kepada komunikan yang jauh tempatnya dan atau banyak jumlahnya dengan menggunakan media massa (seperti cetak dan elektronik)".¹⁶

2.1.3.1 Komunikasi Massa

¹⁶ Onong Uchjana Effendy, 2005. Ilmu Komunikasi Teori dan Filsafat Komunikasi. Citra Aditya Bhakti, Bandung. Hal 80

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner, yakni:

komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*).¹⁷

Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Jadi sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti rapat akbar di lapangan luas yang dihadiri oleh ribuan, bahkan puluhan ribu orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa. Media komunikasi yang termasuk media massa adalah radio siaran, dan televisi keduanya dikenal sebagai media elektronik; surat kabar dan majalah- keduanya disebut dengan media cetak; serta media film.

2.1.3.2 Pengertian Media Massa

Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan-pesan dari sumber kepada khalayak

¹⁷ Rakhmat, seperti yang disitir Komala, dalam karlinah, dkk. 1999

(menerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, TV (Cangara, 2002). Media massa adalah faktor lingkungan yang mengubah perilaku khalayak melalui proses pelaziman klasik, pelaziman operan atau proses imitasi (belajar sosial). Dua fungsi dari media massa adalah media massa memenuhi kebutuhan akan fantasi dan informasi (Rakhmat, 2001).

Media menampilkan diri sendiri dengan peranan yang diharapkan, dinamika masyarakat akan terbentuk, dimana media adalah pesan. Jenis media massa yaitu media yang berorientasi pada aspek (1) penglihatan (*verbal visual*) misalnya media cetak, (2) pendengaran (*audio*) semata-mata (radio, *tape recorder*), verbal vokal dan (3) pada pendengaran dan penglihatan (televisi, film, video) yang bersifat verbal visual vokal (Liliweri, 2001).

Effendy (2000), media massa digunakan dalam komunikasi apabila komunikasi berjumlah banyak dan bertempat tinggal jauh. Media massa yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari umumnya adalah surat kabar, radio, televisi, dan film bioskop, yang beroperasi dalam bidang informasi, edukasi dan rekreasi,

atau dalam istilah lain penerangan, pendidikan, dan hiburan. Keuntungan komunikasi dengan menggunakan media massa adalah bahwa media massa menimbulkan keserempakan artinya suatu pesan dapat diterima oleh komunikan yang jumlah relatif banyak. Jadi untuk menyebarkan informasi, media massa sangat efektif yang dapat mengubah sikap, pendapat dan perilaku komunikasi.

Media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada *audience* yang luas dan heterogen. Kelebihan media massa dibanding dengan jenis komunikasi lain adalah ia bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu. Bahkan media massa mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas (Nurudin, 2007).

Media massa memberikan informasi tentang perubahan, bagaimana hal itu bekerja dan hasil yang dicapai atau yang akan dicapai. Fungsi utama media massa adalah untuk memberikan informasi pada kepentingan yang menyebarluas dan mengiklankan produk. Ciri khas dari media massa yaitu tidak ditujukan pada kontak perseorangan, mudah didapatkan, isi merupakan hal umum dan merupakan komunikasi satu arah. Peran utama yang

diharapkan dihubungkan dengan perubahan adalah sebagai pengetahuan pertama. Media massa merupakan jenis sumber informasi yang disenangi oleh petani pada tahap kesadaran dan minat dalam proses adopsi inovasi (Fauziahardiyani, 2009).¹⁸

Media massa seperti televisi, film dan internet merupakan media yang paling banyak digemari oleh remaja dalam pemenuhan kebutuhannya akan tayangan-tayangan Korea.

2.1.4 Budaya Massa

Komunikasi massa berproses pada level budaya massa sehingga sifat-sifat komunikasi massa sangat dipengaruhi oleh budaya massa yang berkembang di masyarakat di mana proses komunikasi itu berlangsung. Dengan demikian, maka budaya massa dalam komunikasi massa memiliki karakter sebagai berikut:

1. Non-tradisional, yaitu umumnya komunikasi massa berkaitan erat dengan budaya populer. Acara-acara infotainment, *variety show*, dan lain-lain merupakan contohnya.

¹⁸ Elvinaro Ardianto dan Lukiati Komala Erdinaya, 2005. Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Simbiosis, Bandung. Hal 57

2. Budaya massa juga bersifat merakyat, tersebar di basis massa sehingga tidak mengerucut pada tingkat elit, namun apabila ada elit yang terlibat dalam proses ini, maka itu bagian dari proses dari basis massa itu sendiri.
3. Budaya massa juga memproduksi produk-produk massa. Semua orang dapat memanfaatkan sebagai hiburan umum.
4. Budaya massa sangat berhubungan dengan budaya populer sebagai sumber budaya massa. Bahkan secara tegas dikatakan bahwa bukan populer kalau bukan budaya massa, artinya budaya tradisional juga dapat menjadi populer apabila menjadi budaya massa. Misalnya srimulat, campursari atau ludruk. Pada mulanya kesenian tradisional ini berkembang di masyarakat tradisional dengan karakter-karakter tradisional, namun ketika kesenian ini dikemas di media massa maka sentuhan-sentuhan populer mendominasi seluruh kesenian itu baik cerita, kostum, latar dan tidak lagi menjadi sebatas konsumsi masyarakat pedesaan.
5. Budaya massa terutama diproduksi oleh media massa dengan biaya yang cukup besar dengan harapan menghasilkan keuntungan yang lebih besar sebagai kelanjutan budaya massa itu sendiri. Karena itu budaya

massa diproduksi secara komersial agar tidak saja menjadi jaminan keberlangsungan budaya massa namun juga menghasilkan keuntungan bagi kapital yang diinvestasikan pada kegiatan tersebut.

6. Budaya massa juga diproduksi secara eksklusif dengan simbol-simbol kelas sosial atas sehingga terkesan modern dan *prestisius*, namun sebenarnya budaya massa untuk siapa saja yang ingin menikmatinya. Syarat utama budaya massa ini adalah keterbukaan dan kesediaan terlibat dalam budaya secara massal.¹⁹

2.1.5 Komunikasi Lintas Budaya

Dalam buku Pengantar Teori Komunikasi, Richard West, Lynn H. Turner mengatakan bahwa “Komunikasi lintas budaya (intercultural communication) merujuk pada komunikasi antara individu-individu yang latar belakang budayanya berbeda”.²⁰ Individu-individu ini tidak harus selalu berasal dari negara yang berbeda. Di negara yang penduduknya beragam seperti Indonesia kita dapat mengalami komunikasi lintas budaya dalam sebuah pulau, sebuah komunitas, bahkan dalam satu blok. Bukan

¹⁹ <http://konsepblackbook.blogspot.com/2012/10/pengaruh-media-massa-terhadap-sikap.html>

²⁰ West Richard, Lynn H. Turner, 2009. Pengantar Teori Komunikasi Edisi 3. Salemba Humanika, Jakarta. Hal 42

merupakan hal aneh lagi di dalam masyarakat apabila ada dua orang yang berbeda budaya berbicara satu sama lain.

Konteks lintas budaya berbeda dengan konteks-konteks lainnya dalam beberapa hal, yang pertama, sebagai mana yang sudah ada, konteks ini adalah satu-satunya ilmu yang secara khusus membahas tentang budaya. Walaupun beberapa konteks, seperti konteks organisasi, juga mencakup penelitian dalam budaya rasial dan etnis, penelitian ini seringkali melibatkan budaya tidak sebagai permasalahan inti, melainkan hanya dilihat pengaruhnya terhadap konteks tersebut.

Dalam konteks lintas budaya para peneliti dan teoritikus dengan sengaja mengeksplorasi interaksi dan kejadian yang terjadi diantara orang-orang yang berasal dari budaya berbeda. Yang kedua, penelitian dalam konteks lintas budaya berarti bahwa peneliti menerima fakta bahwa budaya merupakan dasar dari perilaku manusia. Dengan kata lain, budaya menentukan bagaimana kita dalam bertindak.

Beberapa pengertian komunikasi antar budaya seperti yang dikutip oleh Alo Liliweri dalam bukunya Dasar-Dasar Komunikasi Antarbudaya:

- a. Semovar dan Porter. Komunikasi antarbudaya terjadi diantara prosedur pesan dan penerima pesan yang latar belakang kebudayaannya berbeda
- b. Charley H. Dood. Komunikasi antarbudaya meliputi komunikasi yang melibatkan peserta komunikasi yang mewakili pribadi, antarpribadi, dan kelompok, dengan tekanan pada perbedaan latar belakang kebudayaan yang mempengaruhi perilaku komunikasi para peserta.
- c. Komunikasi antarbudaya adalah suatu proses komunikasi interpretatif, transaksional, simbolik kontekstual yang dilakukan oleh sejumlah orang yang karena memiliki perbedaan derajat dengan kepentingan tertentu memberikan interpretasi dan harapan secara berbeda terhadap apa yang disampaikan dalam bentuk perilaku tertentu sebagai makna yang dipertukarkan. Lustig dan Koester.
- d. *Intercultural Communication yang disingkat "ICC"*. Mengartikan komunikasi antarbudaya merupakan interaksi antarpribadi antara seseorang anggota dengan kelompok yang berbeda kebudayaan.²¹

²¹ Alo Liliweri, 2004. Dasar-Dasar Komunikasi Antarbudaya. Yogyakarta: Pustaka PEajar, Yogyakarta. Hal 10-11

Dari beberapa pengertian komunikasi antarbudaya yang dikutip oleh Alo Liliweri, Alo memberikan juga pengertian komunikasi antarbudaya yaitu

“komunikasi antar dua orang/ lebih yang berbeda latar belakang kebudayaan”,²²

Dalam beberapa definisi komunikasi diatas, kita juga dapat memberikan definisi komunikasi antarbudaya yang paling sederhana, yakni komunikasi antarpribadi yang dilakukan oleh mereka yang berlatar belakang berbeda.

2.1.6 Gaya Hidup melalui Korean Wave

2.1.6.1 Gaya Hidup

Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia. Menurut (*Assael 1984, p. 252, dalam Ahmad Sihabudin 2011*), gaya hidup adalah

“A mode of living that is identified by how people spend their time (activities), what they consider important in their environment (interest), and what they think of themselves and the world around them (opinions)”. Gaya hidup dapat

²² Alo Liliweri, 2004. Dasar-Dasar Komunikasi Antarbudaya. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, Yogyakarta. Hal 11

terbentuk sebagai akibat dari pesan media massa.²³

Secara umum dapat diartikan sebagai suatu gaya hidup yang dikenali dengan bagaimana seseorang berpakaian, berbicara, dan mengonsumsi barang-barang.

Sedangkan menurut Minor dan Mowen (2002, p. 282, dalam Ahmad Sihabudin 2011),

“gaya hidup adalah menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktu.

Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang dalam dunia kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan seseorang. Gaya hidup mencerminkan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan lingkungan. Gaya hidup adalah istilah menyeluruh yang meliputi cita rasa seseorang didalam cara berpakaian (*fashion*), mobil, hiburan, dan rekreasi, bacaan, dan hal-hal yang lain. Gaya menunjukan pakaian, dan hidup juga digunakan untuk menggambarkan bagaimana seseorang berpakaian.²⁴

Gaya hidup sering dihubungkan dengan kelas sosial ekonomi dan menunjukan citra seseorang. Gaya

²³ Ahmad Sihabudin, 2011. Komunikasi Antar Budaya. Jakarta. Bumi Aksara. Jakarta. Hal 140

²⁴ Alex Sobur, 2006. Semiotika Komunikasi. Bandung. Remaja Rosdakarya. Bandung. Hal 167

hidup orang ditunjukkan dalam variasi keputusan cita rasanya: aksesoris yang dikenakan, keturunan dari anjing atau kucingnya, majalah yang dibacanya (atau setidaknya diletakan pada meja kopinya), tempat mereka tinggal, bentuk rumahnya (besarnya, warna lantai, dan perabotannya), pekerjaannya, makanan yang dikonsumsinya, merek-merek baju, pena, jam tangan, sepatu, ikat pinggang, kaca mata, dan lain-lain yang sering dipilihnya, dan sebagainya.

Merek, simbol, identitas, dan status akhirnya membentuk *interlink* yang saling terkait. Bahkan pada level yang lebih dalam, merek merupakan sebuah harapan dari berbagai macam harapan yang dimunculkan oleh produsen untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Kaum professional dan eksekutif tentu berharap akan produk-produk berkelas, bercita rasa tinggi dan bernilai uang. Produsen memenuhi harapan konsumen tersebut dengan produk-produk bermerek yang sesuai citarasa konsumennya.

Dari pengertian diatas dapat gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam bagaimana

seseorang tersebut menggunakan pakaian, cara berbicara, dan bagaimana seseorang mengkonsumsi barang-barang.

Gaya hidup dalam penelitian ini, berkaitan dengan kontribusi media massa terhadap gaya hidup di kalangan mahasiswa, antara lain ;

1. Gaya berpakaian
2. Gaya berbicara
3. Budaya Konsumsi

2.1.6.2 Korean Wave

Korean wave adalah sebuah istilah yang merujuk pada popularitas budaya pop Korea di luar negeri. *Genre korean wave* berkisar dari film, drama televisi, dan musik pop (*K-pop*).²⁵

Istilah *korean wave* ditemukan oleh seorang jurnalis Beijing yang kagum akan cepatnya perkembangan popularitas dunia hiburan serta musik Korea yang merambah Cina.²⁶

²⁵ KOCIS. *Korean wave*. [Online]. <http://www.korea.net/Government/Current-Affairs/Korean-Wave?affairId=209>. diakses pada 5 januari 2013 pukul 20.30 wib

²⁶ Ivan Mulyadi, Majalah Marketing no.07/XII/Jul 2013. Gelombang Korea hal. 62

Korean wave, mengacu pada penyebaran budaya Korea Selatan di seluruh dunia atau kecintaan terhadap eksport budaya korea selatan. *korean wave* atau Korean Fever merujuk pada peningkatan secara signifikan popularitas budaya Korea Selatan di seluruh dunia sejak abad 21. Hal ini juga disebut sebagai Hallyu (Hangul: 한류; Hanja: 韩流; RR: Hallyu), dari pengucapan Korea.

Korean Wave pada hakikatnya merupakan fenomena demam Korea yang disebarkan melalui *Korean Pop Culture* ke seluruh penjuru dunia lewat media massa, dan yang terbesar lewat jaringan internet dan televisi. Istilah ini diciptakan di China pada pertengahan 1999 oleh jurnalis Beijing terkejut oleh popularitas yang berkembang pesat hiburan dan budaya Korea di Cina. Dari sebuah budaya menjadi sebuah brand image, itulah Korean Wave.²⁷

Sebuah kampanye yang sangat menarik melalui berbagai macam cara untuk memperkenalkan negara Korea Selatan. Tidak bisa dipungkiri, cukup banyak orang yang tertarik menonton drama Korea, mendengar

²⁷ <http://galuhlistya.blogspot.com/2013/01/fenomena-hallyu-wave-di-indonesia.html> diakses pada 4 Februari pada pukul 13.00 wib

musik K-pop (*korean pop*), makanan khas Korea, pakaian khas Korea, belajar berbahasa Korea (*hangul*) bahkan brand-brand dari Korea mulai merajalela di tengah krisis global ini. Korea Selatan adalah salah satu dari sepuluh negara teratas dunia sebagai eksportir budaya dan *Korean Wave* dimulai dengan meng-ekspor drama TV Korea seperti *Autumn Fairy Tale*, *Winter Sonata*, *Dae Jang Geum (Jewel In The Palace)*, dan *Princess Hours* di seluruh Asia Timur dan Asia Tenggara. Keberhasilan pertumbuhan drama korea segera diimbangi dengan film korea, musik pop, makanan dan bahasa.

2.2 Teori Norma Budaya (*Cultural Norms Theory*) – (*De Fleur*)

Untuk menjawab masalah pokok dalam penelitian ini, penulis menggunakan *The Cultural Norms Theory*. Menurut teori ini, media tidak berpengaruh langsung terhadap individu-individu melainkan juga mempengaruhi kebudayaan, pengetahuan, norma-norma, dan nilai suatu masyarakat. Semuanya ini membentuk citra, ide-ide, evaluasi dimana audiens menentukan tingkah lakunya sendiri. Mc Quail dan Windahl (1984:68).²⁸

Dalam teori yang di perkenalkan oleh Melvin De Fleur ini menyebutkan media massa melalui program tertentu dapat

²⁸ Ahmad Sihabudin, 2011. Komunikasi Antar Budaya. Jakarta. Bumi Aksara. Jakarta. Hal 135

menguatkan budaya atau bahkan sebaliknya media massa menciptakan budaya baru dengan caranya sendiri. Penekanan media pada program siaran tertentu akan membuat masyarakat menganggap penting dan mengikuti tindakan-tindakan seperti yang di tampilkan di media tersebut.²⁹

Media massa menyampaikan informasi dengan cara-cara tertentu dapat menimbulkan kesan yang oleh khalayak disesuaikan dengan norma-norma dan nilai-nilai budayanya. Pesan media mampu mengubah norma-norma budaya yang telah ada/ berlaku dalam masyarakat. Dalam hal ini ada tiga indikator peran media terhadap budaya, yakni:

- a. Memperkuat norma
- b. Mengubah norma
- c. Menciptakan norma baru

Penjelasan:

Media massa mempengaruhi budaya-budaya masyarakatnya dengan cara, pesan-pesan yang disampaikan media massa memperkuat budaya yang ada. Ketika suatu budaya telah kehilangan tempat apresiasinya, kemudian media massa memberi lahan atau tempat maka budaya yang

²⁹ Onong Uchjana Effendy, 2005. Ilmu Komunikasi Teori dan Filsafat Komunikasi. Citra Aditya Bhakti, Bandung. Hal 279s

pada awalnya sudah mulai luntur menjadi hidup kembali atau bahkan mengalami perubahan.

Menurut Paul Lazarsfeld dan Robert K Merton terdapat empat sumber utama kekhawatiran masyarakat terhadap media massa, yaitu: sifat media massa yang mampu hadir dimana-mana (*Ubiquity*) serta kekuatannya yang potensial untuk memanipulasi dengan tujuan-tujuan tertentu.

Dominasi kepentingan ekonomi dari pemilik modal untuk menguasai media massa dengan demikian media massa dapat dipergunakan untuk menjamin ketundukan masyarakat terhadap status quo sehingga memperkecil kritik sosial dan memperlemah kemampuan khalayak untuk berpikir kritis. Media massa dengan jangkauan yang besar dan luas dapat membawa khalayaknya pada cita rasa estetis dan standar budaya populer yang rendah. Media massa dapat menghilangkan sukses sosial yang merupakan jerih payah para pembaharu selama beberapa puluh tahun yang lalu.

Menurut teori ini komunikasi massa memiliki efek yang tidak langsung atas perilaku melalui kemampuannya dalam membentuk norma-norma baru. Norma-norma ini berpengaruh terhadap pola sikap untuk pada akhirnya akan mempengaruhi pola-pola perilakunya. Media massa melalui penyajiannya yang selektif dan menekankan pada tema-tema tertentu

mampu menciptakan kesan yang mendalam pada khalayaknya, ketika norma-norma budaya yang mengenai topik-topik yang ditekankan itu disusun dan diidentifikasi dengan cara-cara tertentu. Karena perilaku individu biasanya terbina melalui norma-norma budaya dengan cara memperhatikan topik atau situasi yang diberikan, maka media massa akan bertindak secara tidak langsung dalam mempengaruhi perilaku.³⁰

2.3 Semiotika

Secara harfiah kata semiotika berasal dari bahasa Yunani *semein* yang berarti “tanda” atau *seme* yang berarti “penafsir tanda”.³¹ Dalam buku penelitian komunikasi kualitatif, Pawito mengatakan bahwa :

“secara singkat kita dapat menyatakan analisis semiotic merupakan cara atau metode untuk menganalisis dan memberikan makna-makna terhadap lambing-ambang yang terdapat suatu paket lambang-lambang pesan atau teks”³²

Teks yang dimaksud dalam hubungan ini adalah segala bentuk serta system lambing (*signs*) baik yang terdapat pada media massa (seperti berbagai paket tayangan televisi, karikatur media cetak, film, sandiwara radio, dan berbagai bentuk iklan) maupun yang terdapat diluar media massa (seperti karya tulis, patung, candi, monument, fashion show, dan menu masakan pada suatu *food festival*), urusan analisis semiotic adalah

³⁰ Onong Uchjana Effendy, 2005. Ilmu Komunikasi Teori dan Filsafat Komunikasi. Citra Aditya Bhakti, Bandung. Hal 280

³¹ Alex Sobur, 2006. Semiotika Komunikasi. Bandung. Remaja Rosdakarya. Bandung. Hal 12

³² Pawito, 2007. Penelitian Komunikasi Kualitatif. Lkis Yogyakarta, Yogyakarta. Hal 155

melacak makna-makna yang diangkat dengan teks berupa lambang-lambang (*signs*). Dengan kata lain, pemaknaan terhadap lambang-lambang dalam tekslah yang menjadi pusat perhatian analisis semiotic. Batasan semiotic menurut Preminger, antara lain:

“semiotik adalah ilmu tentang tanda-tanda, ilmu ini menganggap bahwa fenomena sosial/masyarakat dan kebudayaan itu merupakan tanda-tanda. Semiotika itu mempelajari system-sistem, aturan-aturan, konfensi-konfensi yang memungkinkan tanda tersebut mempunyai arti.”³³

Tanda-tanda tersebut membentuk system kode yang secara sistematis menyampaikan informasi atau pesan secara tertulis di setiap kegiatan dan perilaku manusia. Semiotika atau dalam istilah Bartes, semiologi pada dasarnya adalah:

“hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal (*things*). Memaknai (*to signify*) dalam hal ini tidak dapat dicampuradukan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, tetapi juga mengkonstitusi system terstruktur dari tanda”³⁴

Charles Sanders Peirce mendefinisikan simiosis sebagai “suatu hubungan diantara tanda objek dan makna”. Sedangkan Charles Morris menyebutnya sebagai “suatu proses tanda, yaitu proses ketika sesuatu merupakan tanda bagi beberapa organisme”.³⁵

³³ Alex Sobur, 2004. Semiotika Komunikasi. Bandung. Remaja Rosdakarya, Bandung. Hal 96

³⁴ Alex Sobur, 2004. Semiotika Komunikasi. Remaja Rosdakarya, Bandung. Hal 15

³⁵ Alex Sobur, 2006. Semiotika Komunikasi. Bandung. Remaja Rosdakarya. Bandung. Hal 16

Semiotik berdasar pada konsep tentang tanda, tak hanya bahasa dan system komunikasi yang tersusun oleh tanda-tanda, melainkan dunia itu sendiri pun-sejauh terkait dengan pikiran manusia seluruhnya terdiri atas tanda-tanda.³⁶

Secara sederhana, dapat dilihat garis besar dari definisi-definisi yang dikemukakan oleh para ahli tersebut diatas, bahwa semiotik merupakan suatu ilmu yang mempelajari tanda, apapun bentuknya, serta segala hal yang berhubungan dengan tanda. Dengan demikian pada dasarnya pusat perhatian pendekatan semiotik adalah pada tanda.

“Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan didunia ini ditengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia”³⁷

Dalam perkembangan kajiannya hingga kini semiotic telah dibedakan menjadi dua yakni semiotik komunikasi dan semiotic signifikasi.

“semiotik komunikasi menekankan teori produksi tanda yang salah satu diantaranya mengasumsikan enam faktor dalam komunikasi, yaitu pengirim, penerima, kode, pesan, saluran komunikasi, acuan atau hal yang dibicarakan. Sementara semiotik signifikasi memberi tekanan pada teori pemahamannya dalam suatu konteks tertentu. Pada komunikasi signifikasi tidak dipersoalkan tujuan komunikasi, melainkan mengutamakan segi pemahaman suatu tanda sehingga proses kognisinya lebih diperhatikan ketimbang komunikasinya”³⁸

³⁶ Alex Sobur, 2006. Semiotika Komunikasi. Bandung. Remaja Rosdakarya. Bandung. Hal 13

³⁷ Alex Sobur, 2006. Semiotika Komunikasi. Bandung. Remaja Rosdakarya. Bandung. Hal 15

³⁸ Alex Sobur, 2006. Semiotika Komunikasi. Bandung. Remaja Rosdakarya. Bandung. Hal 132

Semiotik jarang bersifat kuantitatif bahkan kerap menolak pendekatan kuantitatif.

“dalam semiotik tidak ada alasan bahwa item yang paling sering muncul adalah yang paling penting atau paling signifikansi terhadap teks, sudah tentu akan menstruktur secara keseluruhan. Tempat yang diduduki oleh unsur yang berbeda jauh lebih penting ketimbang kemunculannya”³⁹

2.4 Kerangka Berfikir

Sejak kemunculannya tahun 2004, drama korea kini telah mendapatkan tempat di hati masyarakat Indonesia, khususnya kalangan remaja. Seperti *Endless Love* dan *Full House* yang pertama kali ditayangkan di layar kaca, kemudian ada *Love to Kill*, *Princess Hour*, *Winter Sonata*, *Only You*, *Stained Glass Windows*, *Summer Scent*, *Sassy Girls Chun Yang*, *The Super Rookie*, *Love Story in Harvard*, *Jewel in the Palace*, *Mars*, *Hot Shot*, dan lain-lain.

Di tahun 2011, drama korea kembali menjamur di layar kaca. Indosiar merupakan satu-satunya stasiun TV swasta yang selalu menyiarkan drama-drama korea. Bahkan sekarang ini drama Korea dapat disaksikan mulai dari pukul 12.00 WIB sampai dengan 17.00 WIB. Waktu yang begitu luar biasa untuk para penggemar drama-drama Korea. Para penggemar Korea dapat menyaksikan tiga drama sekaligus selama lima jam. Drama-drama korea yang pernah di putar itu sontak menjadi idola

³⁹ Alex Sobur, 2006. *Semiotika Komunikasi*. Bandung, Remaja Rosdakarya. Bandung. Hal 145

baru. Bukan hanya filmnya yang meraih rating tinggi, VCD dan lagu-lagu *soundtrack*nya juga semakin banyak digemari.⁴⁰

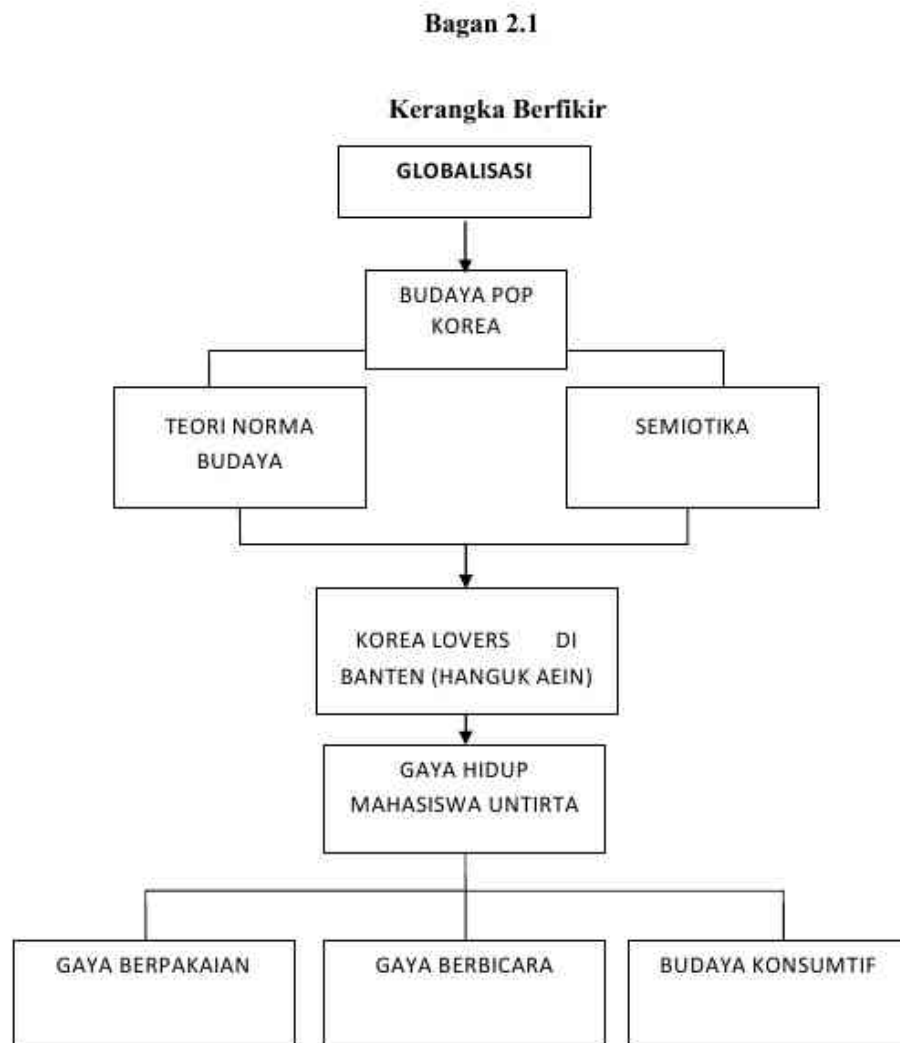
Para remaja yang sangat menggemari drama-drama Korea tersebut bukan tanpa alasan, selain karena aktor dan aktris Korea yang tampan dan cantik, romantisme yang disodorkan dan sangat dekat dengan kehidupan remaja juga menjadi daya tarik cukup kuat bagi sebuah melodrama. Remaja yang sedang dalam tahap bangkitnya insting seksualnya, memang sangat tertarik dengan drama-drama yang membahas tentang percintaan. Selain itu, kemampuan memancing emosi penonton dikemas secara kreatif dengan disertai *soundtrack* beraliran K-pop, juga menjadi '*selling point*' drama-drama itu. Cukup menghibur karena bisa membuat penonton tertawa geli, juga menangis tersedu-sedu.

Begitu populernya drama Korea di Indonesia, tak ayal banyak kaum hawa terutama remaja muslim yang berusaha mencitrakan dirinya seperti tokoh itu. Mereka tidak sungkan untuk mengikuti pola tingkah laku tokoh-tokoh idola mereka. Terlebih para remaja yang sedang dalam masa pencarian dan panutan, sehingga akhirnya mereka meniru semua yang ada dalam drama-drama Korea tersebut, mulai dari gaya berpakaian, gaya berbicara hingga budaya konsumtif yang semuanya bertentangan dengan Islam. Karena drama-drama Korea tersebut lahir dari peradaban non muslim

⁴⁰ <http://zilzaal.blogspot.com/2012/05/drama-korea-merusak-remaja-muslim.html>
diakses pada 13 Februari 2013 pukul 16.30

yang bermuatan ideologi kapitalis-sekuler dan mendewakan kebebasan dalam berbuat dan berpikir selama tidak mengganggu oranglain.

Berikut ini adalah bagan dari kerangka berfikir penelitian ini:



2.5 Penelitian Sebelumnya

Mengenai penelitian sebelumnya, peneliti menemukan beberapa penelitian lain yang hampir sama dengan penelitian ini yaitu :

Tabel 2.1
Penelitian Sebelumnya

No	Nama	Judul	Metode	Hasil penelitian	Perbedaan	Persamaan
1	Muhammad Anshari	Pemaknaan pesan Harajuku Lover dalam penggunaan Fashion Harajuku (studi kasus Visual Kei dan Cosplay di Serang)	Metode Kualitatif dengan 4 informan Teknik analisis semiotika Ronald Barthes	Mengenai makna fashion Cosplay dan Visual Kei dan terjadinya perbedaan pemkanaan pada fashion Harajuku baik Cosplay	Membahas mengenai budaya Jepang (Harajuku Lover)	Membahas komunikasi antar budaya

				maupun Visual Kei yang ada di Jepang dengan yang ada di Serang karena kurangnya pengetahuan		
2	Wulan Zati Sari	Budaya Pop dan Gaya Hidup (Korean Lover di Makkasar)	Metode kualitatif dengan 6 informan	Budaya pop korea didominasi pecinta Korea di Indonesia. Tetapi mereka pecinta Korea aktif, mereka membaca	Lebih menekankan bagaimana pecinta korea dalam memilih media untuk menikmati Korea	Membahas Korean Wave

				dan menerima informasi dari media dalam berbagai jenis cara, sehingga pengaruh untuk satu orang berbeda dengan yang lain.		
3	Natasia Simangusong	Fenomena Hallyu dalam pembentukan Identitas Diri (Studi Kasus pada Triple S Medan	Metode analisis kualitatif dengan 3 informan	Membentuk identitas diri yang baru dalam tiap diri informan. Perubahan identitas	Focus penelitian pada para penggemar BoyBand SS501 saja.	Membahas tentang budaya Korea yang masuk ke Indonesia dan membentuk

	sebagai komunitas Penggemar Boyband Korea (SS501)		yang terjadi memiliki dampak yang positif dan negative, tergantung pada cara pandang orang lain melihat mereka. Perubahan terjadi karena adanya peranan pandangan particular other (keluarga, teman,		identitas diri para penggemar Korea.
--	---	--	--	--	--------------------------------------

				orang dekat lainnya) dan generalized other (orang lain secara umum) terhadap mereka, yang dapat digunakan informan sebagai refleksi terhadap dirinya		
--	--	--	--	--	--	--

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metodologi Penelitian

Metode penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yaitu menggambarkan suatu peristiwa yang terjadi saat ini tanpa melakukan hipotesis atau membuat prediksi, tidak mencari hubungan atau menjelaskan hubungan.

Menurut Jalaludin dalam bukunya Metode penelitian Komunikasi, penelitian deskriptif ditujukan untuk: (1) mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada, (2) mengidentifikasi masalah dan memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku, (3) membuat perbandingan atau evaluasi, (4) menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menentukan rencana dan keputusan pada waktu yang datang.

41

Bogdan dan Taylor dalam Pawito mendefinisikan metode kualitatif sebagai “prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati”.⁴²

⁴¹ Jalaludin Rakhmat, 2009. Metode Penelitian Komunikasi, Remaja Rosdakarya, Bandung. Hal 24

⁴² Pawito. 2007. Penelitian Komunikasi Kualitatif. Lkis Yogyakarta, Yogyakarta. Hal 84

Metode kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana penulis adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Penelitian kualitatif lebih ditujukan untuk mengemukakan gambaran dan/ atau pemahaman (*understanding*) mengenai bagaimana dan mengapa suatu gejala atau realitas komunikasi terjadi.⁴³ Dengan demikian hasil dari penelitian akan berisikan kutipan-kutipan data untuk memberi gambar penyajian laporan tersebut. Data tersebut bisa berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, videotape, dokumen pribadi, catatan atau memo. Melalui pendekatan kualitatif, peneliti berupaya untuk menggambarkan secara jelas bagaimana gaya hidup mahasiswa Untirta melalui *korean wave*. Pendekatan kualitatif dipilih agar penulis bisa mendapatkan pemahaman yang dalam terhadap permasalahan yang ada.

3.2 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian merupakan kerangka berfikir yang menjelaskan bagaimana cara pandang peneliti terhadap fakta kehidupan sosial dan perlakuan peneliti terhadap ilmu dan teori. Paradigma penelitian

⁴³ Pawito. 2007. Penelitian Komunikasi Kualitatif. Lkis Yogyakarta, Yogyakarta. Hal 35

juga menjelaskan bagaimana peneliti memahamai suatu masalah, serta criteria pengujian sebagai landasan untuk menjawab masalah penelitian.

“Postpositivism is best characterized as modified version of positivism. Having assessed the damage that positivism has occurred, postpositivist struggle to limited that damage as well as to adjust to it. Prediction and control continue to be the aim.”⁴⁴

Kutipan tersebut mempunyai arti Postpositivisme mempunyai cirri utama sebagai suatu modifikasi dari Positivisme. Melihat banyaknya kekurangan pada Positivisme menyebabkan para pendukung Postpositivisme berupaya memperkecil kelemahan tersebut danmeyesuakannya. Prediksi dan control tetap menjadi tujuan dari Postpositivisme tersebut.

Perspektif postpositivisme membawa pengaruh besar pada ilmu sosial yang termasuk Ilmu Komunikasi. Melalui kritik yang mendasar terhadap positivism yang terlalu realis, bebas nilai, dan memisahkan subjek dan objek penelitian, postpositivisme memberikan model penelitian khas yang ilmu sosial. Manusia bukanlah benda yang ketika diteliti hanya menyajikan efek yang sama, manusia itu hidup dan dapat mengkonstruksi tanggapan tertentu ketika diteliti. Maka keobjektivan tak bisa ditemukan sebagaimana kita menemukannya ketika meneliti benda-benda.

⁴⁴ Jenny Phillimore, Lisa Goodson. *Qualitative Research in Tourism: Ontologies, Epistemologies and Methodologies*. Madison Ave, NY Hal. 20

3.3 Jenis dan Sumber Data

Dengan digunakannya pendekatan kualitatif, maka data didapatkan lebih lengkap, lebih mendalam, kredibel, dan bermakna sehingga tujuan penelitian dapat tercapai. Jenis data yang digunakan adalah data primer, data berupa informasi dalam bentuk lisan yang langsung diperoleh penulis dari sumbernya. Sumber data yang digunakan adalah mahasiswa Untirta Serang khususnya pada komunitas *Korea Lovers Hanguk Aein*.

3.4 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh periset dalam kegiatan mengumpulkan data agar kegiatan itu menjadi sistematis dan dipermudah olehnya ⁴⁵ (Arikunto dalam Kriyantono 2006: 92). Dalam penelitian ini instrument penelitian merupakan alat bantu bagi peneliti untuk menentukan bagaimana dan apa yang harus dilakukan pada saat mengumpulkan data.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

3.4.1 Wawancara

Wawancara adalah percakapan antara periset dan informan yang diasumsikan mempunyai informasi penting tentang suatu objek (Berger, 2000: 111). Wawancara merupakan metode pengumpulan

⁴⁵ Rahmat Kriyantono. 2006. Teknik Praktis: Riset Komunikasi. Jakarta, Kencana Prenada Media Group. Jakarta. Hal 92

data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya.⁴⁶

Teknik wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam (*depth interview*), yaitu suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam. Wawancara ini dilakukan dengan frekuensi tinggi (berulang-ulang) secara intensif. Selanjutnya dibedakan antara responden (orang yang akan diwawancarai hanya sekali) dengan informan (orang yang ingin periset ketahui atau pahami dan yang akan di wawancarai beberapa kali). Karena itu disebut juga wawancara intensif (*intensive-interviews*).⁴⁷

Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara dengan pecinta film Korea untuk memperoleh informasi mengenai gaya hidup melalui *korean wave*. Peneliti akan mewawancarai narasumber yang dianggap mengerti mengenai *korean wave* wawancara dengan pecinta Korea lainnya yakni sebuah komunitas *korean wave* di Untirta, komunitas tersebut bernama *Hanguk aein community*.

⁴⁶ Rahmat Kriyantono. 2006. Teknik Praktis: Riset Komunikasi. Jakarta, Kencana Prenada Media Group. Jakarta. Hal 100

⁴⁷ Rahmat Kriyantono. 2006. Teknik Praktis: Riset Komunikasi. Jakarta, Kencana Prenada Media Group. Jakarta. Hal 102

3.4.2 Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian kualitatif. Observasi adalah interaksi (perilaku) dan percakapan yang terjadi diantara subjek yang diriset, artinya selain perilaku non verbal juga mencakup perilaku verbal dari orang-orang yang diamati.⁴⁸

Peneliti melakukan pengamatan secara partisipasi, yakni observasi pengumpulan data dan informasi yang menitikberatkan diri atau menjadi bagian dari lingkungan objek penelitian melalui teknik partisipasi dapat memperoleh data relatif lebih akurat dan lebih banyak, karena peneliti secara langsung mengamati perilaku atau kejadian atau peristiwa dalam lingkungan sosial bagaimana mahasiswa penggemar Korea berpakaian, berbicara, dan menggunakan bahasa Korea. Observasi diperoleh dengan turut bergabung dengan para *korean wave* di Untirta, yakni komunitas *Hanguk aein community*.

3.4.3 Dokumentasi

Dokumentasi adalah instrumen pengumpulan data yang sering digunakan dalam berbagai metode pengumpulan data. Metode observasi, kuisioner atau wawancara sering dilengkapi dengan kegiatan penelusuran dokumentasi. Tujuannya untuk mendapatkan

⁴⁸ Rahmat Kriyantono. 2006. Teknik Praktis: Riset Komunikasi. Jakarta, Kencana Prenada Media Group. Jakarta. Hal 110

informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data.⁴⁹ Dokumentasi dalam penelitian ini berbentuk naskah wawancara, jurnal, catatan lapangan, foto, dokumen pribadi, dan memo.

3.5 Key Informan

Dalam penelitian kualitatif tidak menggunakan istilah populasi, tetapi oleh Spardley dinamakan *social situation* atau situasi sosial yang terdiri atas tiga elemen, yaitu: tempat, pelaku, dan aktivitas yang berinteraksi secara sinergis. Situasi sosial tersebut dapat dinyatakan sebagai objek penelitian yang ingin diketahui apa yang terjadi dalamnya. Dalam penelitian ini, peneliti menyebut subjek penelitian sebagai informan. Informan disebut sebagai subjek penelitian karena informan dianggap aktif mengkonstruksi realitas bukan sekedar objek yang hanya mengisi kuesioner.

Pemilihan informan dalam penelitian kualitatif memiliki tiga kategori terdiri atas: manusia, latar (*setting*), kejadian dan proses. Dibawah payung ketiga kategori tersebut masih dapat dimasukan berbagai karakteristik lain. Walau demikian, penelitian apapun selalu dibatasi oleh fokus penelitian. Pemilihan informan dari semua karakteristik tersebut harus dilakukan agar penelitian langsung menuju sasaran.

⁴⁹ Rahmat Kriyantono. 2006. Teknik Praktis: Riset Komunikasi. Jakarta, Kencana Prenada Media Group. Jakarta. Hal 116

Sugiyono dalam bukunya Statistik menjelaskan dalam pengembalian data, nilai pemilihan informan benar-benar jatuh pada subjek yang benar-benar menguasai situasi sosial yang diteliti (objek), maka merupakan keuntungan bagi peneliti, karena tidak memerlukan banyak informan lagi, sehingga penelitian dapat cepat selesai.⁵⁰

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*, sesuai dengan namanya, sampel yang diambil untuk penelitian dengan maksud dan tujuan tertentu. Seseorang atau sesuatu yang diambil sebagai sampel karena peneliti menganggap bahwa seseorang atau sesuatu tersebut memiliki informasi yang diperlukan bagi penelitiannya. Pada kesempatan kali ini, peneliti menggunakan *judgement purposive sampling*, sampel dipilih berdasarkan penilaian peneliti bahwa dia adalah pihak yang paling baik untuk dijadikan sampel penelitiannya. Misalnya untuk memperoleh data tentang bagaimana suatu proses sosialisasi direncanakan oleh suatu komunitas, maka anggota komunitas tersebut merupakan orang yang terbaik untuk bisa memberikan informasi. Jadi, *Judgement purposive sampling* umumnya memilih seseorang atau sesuatu menjadi sampel karena mereka mempunyai informasi yang cukup untuk penelitian.⁵¹ Adapun yang menjadi key informan yang dipilih untuk mendapatkan informasi dan data yang diperlukan dalam penelitian ini ditentukan oleh beberapa kriteria sebagai berikut:

⁵⁰ Sugiyono, 2011, *Statistika untuk Penelitian*, Bandung. Alfabeta. Hal 58

⁵¹ Moleong, Lexy J, 2000, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung, PT. Remaja Rosdakarya, Hal.121

1. Mahasiswa Untirta angkatan 2009-2011
2. Salah satu anggota *Hanguk aein community*
3. Penggemar film korea
4. Penggemar musik korea
5. Mengerti dan memahami sedikit banyak tentang fashion Korea
6. Memahami sedikit banyak tentang bahasa Korea

3.6 Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara temuan yang dapat diinformasikan kepada orang lain. Sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, data yang diperoleh dan terkumpul secara komprehensif selanjutnya dianalisis sesuai dengan kelompok data baik primer maupun sekunder.⁵² Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis kualitatif deskriptif yaitu melakukan penafsiran data dengan menggunakan tataran ilmiah atau logika. Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu.⁵³

Pada saat wawancara peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan

⁵² Rahmat Kriyantono. 2006. Teknik Praktis: Riset Komunikasi. Jakarta, Kencana Prenada Media Group. Jakarta. Hal 202

⁵³ Rahmat Kriyantono. 2006. Teknik Praktis: Riset Komunikasi. Jakarta, Kencana Prenada Media Group. Jakarta. Hal 198

pertanyaan lagi sampai tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel.

3.7 Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian

Lokasi atau tempat penelitian dilakukan di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Penelitian dimulai pada Juni 2012 – Maret 2013.

Tabel 3.1
Jadwal Penelitian

NO	KEGIATAN	NOVEMBER	DESEMBER	JANUARI	FEBRUARI	MARET
1	PENGAJUAN JUDUL	■ ■ ■				
2	PENGERJAAN BAB I – III		■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■	
3	SIDANG OUTLINE				■	
4	PENELITIAN					
5	PENGERJAAN BAB IV – V					■ ■ ■
6	SIDANG					■

BAB IV

HASIL PENELITIAN

Pada bab ini, peneliti akan menguraikan data dan hasil penelitian tentang permasalahan yang telah dirumuskan pada bab I, yaitu mendeskripsikan bagaimana gaya hidup yang sebenarnya terjadi melalui *korean wave*, dan seperti apa gaya hidup remaja di Indonesia khususnya mahasiswa Untirta Serang melalui fenomena *korean wave*?

Dimana penelitian ini menggunakan teori norma budaya (*Cultural Noms*) dan metode kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi.

Penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data-data berupa kata-kata tertulis atau lisan didasari oleh orang atau perilaku yang diamati. Pendekatannya diarahkan pada latar belakang individu secara holistik (utuh). Pada penelitian kualitatif, peneliti dituntut dapat menggali data berdasarkan apa yang diucapkan, dirasakan, dan dilakukan oleh sumber data. Pada penelitian kualitatif bukan sebagaimana seharusnya apa yang dipikirkan oleh peneliti tetapi berdasarkan sebagaimana adanya yang terjadi di lapangan, yang dialami, dirasakan dan dipikirkan oleh sumber data.

Dengan melakukan penelitian melalui pendekatan deskriptif maka peneliti memaparkan, menjelaskan, menggambarkan data yang diperoleh oleh peneliti melalui wawancara mendalam yang dilakukan dengan para informan. Hasil

penelitian ini diperoleh dengan teknik wawancara mendalam dengan informan sebagai bentuk pencarian data dan dokumentasi langsung di lapangan yang kemudian peneliti analisis menggunakan teori norma budaya (*Cultural Norms*). Analisis ini sendiri terfokus pada komunitas *Hanguk aein community* yang ada di Untirta. Agar penelitian ini lebih objektif, dan akurat, peneliti mencari informasi-informasi tambahan dengan melakukan wawancara dengan informan untuk melihat langsung bagaimana gaya hidup *Korean Wave*.

Agar pembahasan lebih sistematis dan terarah peneliti membagi ke dalam 4 pembahasan, yaitu:

1. Deskripsi Objek Penelitian
2. Deskripsi Key Informan
3. Hasil penelitian

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

Deskripsi objek penelitian yang peneliti paparkan yaitu mengenai gambaran umum Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang, dimulai dari sejarah terbentuknya hingga visi, misi dan tujuan Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

4.1.1 Sejarah Singkat Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Sejarah Universitas Sultan Ageng Tirtayasa dimulai dari hasil kesepakatan para tokoh ulama, pemuka masyarakat dan pejabat

pemerintah sewilayah I Banten selaku pribadi-pribadi pada tanggal 1 Oktober 1980 didirikanlah Yayasan Pendidikan Serang-Banten, yang dikukuhkan berdasarkan Akta Notaries Rosita Wibisono, S.H. Nomor: 1 Tanggal 1 Oktober 1980. Nama Tirtayasa diambil dari nama pahlawan nasional yang berasal dari Banten yaitu Sultan Ageng Tirtayasa (Kepres RI Nomor: 045/TK/1970), pewaris kesultanan Banten keempat, yang secara gigih menentang penjajahan Belanda dan berhasil membawa kejayaan dan keemasan Banten.

Satu tahun kemudian setelah berdirinya Yayasan sebagai Badan Hukum Penyelenggara (BPH), pada tanggal 1 Oktober 1981 mulai membuka Sekolah Tinggi Ilmu Hukum (STIH). Sejalan dengan tumbuhnya aspirasi masyarakat yang haus akan pendidikan serta meningkatnya pembangunan industry di daerah Banten pada tahun akademik 1982/1983 dibuka lagi dua Sekolah Tinggi yaitu Sekolah Tinggi Teknologi (STT) dan Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan (STKIP) persiapan Universitas Tirtayasa Serang Banten. Atas dasar kesungguhan yang telah ditunjukan oleh pengurus yayasan serta civitas akademiknya keluarlah Surat Keputusan Mendikbud nomor: 0220/0/1984 dan nomor: 0221/0/1984 perihal status terdaftar STIH dan STKIP tak lama kemudian masih dalam tahun itu pula yaitu tanggal 28 November 1984 keluarlah SK mendikbud nomor: 0597/1984 tentang status terdaftar peningkatan dari Sekolah Tinggi

Ilmu Hukum menjadi Fakultas Hukum, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan dan Fakultas Teknik Universitas Tirtayasa.

Perubahan tersebut bagi pengurus yayasan dan civitas akademiknya merupakan suatu anugerah yang luar biasa yang patut disyukuri. Tahunpun terus bertambah, animo masyarakat untuk memasuki Untirta pun terus meningkat maka dalam tahun akademik 1984/1985/ dibuka lagi Fakultas Pertanian.

Melalui Akte Perubahan Notaris Ny. R. Arie Soetardjo, SHH. Nomor: 1 tanggal 3 Maret 1986 dijelaskan mengenai maksud dan tujuan pendirian yayasan ini adalah: 1. Membantu usaha-usaha pemerintah dalam bidang pendidikan umum, yaitu mulai dari Taman Kanak-Kanak sampai pada Perguruan Tinggi. 2. Mendirikan sekolah-sekolah mulai dari Taman Kanak-kanak sampai pada Perguruan Tinggi, termasuk juga Sekolah-Sekolah Kejuruan. 3. Merencanakan dan mengusahakan sarana pendidikan, termasuk juga sarana olahraga. Untirta berkembang dengan berdirinya Fakultas Pertanian dan Fakultas Ekonomi berturut-turut dengan Surat Keputusan Mendikbud RI Nomor: 0123/0/1989 tanggal 8 Maret 1989 dan Nomor: 0331/0/1989 tanggal 30 Mei 1989, masing-masing dengan status terdaftar. Selanjutnya pada tanggal 13 Oktober 1999 keluar Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor: 130 tentang Persiapan Pendirian Universitas Negeri Sultan Ageng Tirtayasa.

Dengan keluarnya Surat Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor: 32 tanggal 19 Maret 2001, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa menjadi Perguruan Tinggi Negeri dalam lingkungan Departemen Pendidikan Nasional. Pengalihan asset dan pengelolaan sumber daya dari Yayasan Pendidikan Tirtayasa kepada Pemerintah dilaksanakan paling lama dalam waktu tiga tahun. Saat ini Universitas Sultan Ageng Tirtayasa terdiri dari enam Fakultas, yaitu: Fakultas Hukum, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Fakultas Teknik, Fakultas Pertanian, Fakultas Ekonomi, dan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik.

4.1.2 Sejarah Singkat Komunitas Korean Wave “Hanguk Aein”

Hanguk aein community atau biasa disingkat menjadi HAC, ‘Han-Guk’ yang dalam bahasa korea artinya Korea, ‘Aein’ yang artinya suka atau pecinta serta menggunakan kata ‘komunitas’ karena HAC bukan merupakan organisasi.

Gambar 4.1 Logo Hanguk Aein Community



Penggagas komunitas sendiri berasal dari mahasiswa Untirta yakni Asih Sitoresmi berusia 22 tahun, Khotimah berusia 21 tahun dan Sri Damayanti berusia 21 tahun serta teman-temannya, kemudian meresmikan HAC pada tanggal 12 November 2010.

Dibentuknya HAC adalah dengan sebuah harapan agar bisa menjadi wadah bagi para remaja pecinta Korea lain untuk *sharing* tentang Korea terutama bahasa dan budayanya, karena ada hal positif dari semua itu yang dapat di ambil. Komunitas yang sudah genap tiga tahun ini memiliki anggota lebih dari 200 orang, kebanyakan dari mereka tentunya mahasiswa Untirta dan ada beberapa anak sekolah, meski sebenarnya target luas mereka adalah masyarakat Banten.

4.2 Deskripsi Key Informan

1. Aini Azizah

Aini Azizah berusia 22 tahun, bertempat tinggal di Rangkas Bitung, mahasiswa Untirta Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP, Aini merupakan seorang wanita yang sangat menyukai tentang Korea terutama musik-musik Korea.

Aini mulai menyukai musik Korea diawali pada tahun 2011 dimana Aini menyaksikan beberapa video cuplikan musik Korea melalui media internet yakni *Youtube*. Musik-musik Korea yang dinyanyikan oleh artis artis Korea seperti Super Junior, SNSD,

2PM, F(x), Exo merupakan lagu-lagu yang sangat disukai oleh Aini.

2. Nissa Ramadhani

Nissa Ramadhani berusia 18 tahun, bertempat tinggal di Cilegon, berkuliah di Untirta Jurusan FKIP Bahasa Inggris, Nissa merupakan seorang wanita yang menggemari tayangan Korea, baik itu musik dan film Korea.

Awal Nissa menyukai budaya Korea dimulai pada tahun 2009 saat masih duduk di bangku SMP kelas 3, media internet menjadi faktor yang mempengaruhi Nissa menyukai budaya Korea, diawali dengan menyaksikan *video streaming* pada *website youtube* yang pada saat itu pertama kali dilihat oleh Nissa yakni *boyband* yang bernama *Super Junior*.

Nissa sangat suka sekali dengan grup *boyband Super Junior* hingga hampir semua lagu yang dinyanyikan *boyband Super Junior* Nissa sedikit hafal dan mengerti maknanya. Dalam hal ini Nissa sangat suka sekali dengan personilnya *boyband Super Junior* yakni Choi Siwon dan Kim Jongwon.

Dalam hal ini, Nissa menyukai Budaya Korea karena baik film dan musik semuanya menarik terutama untuk *boyband Super Junior*.

3. Hegar Aditya

Hegar Aditya biasa dipanggil oleh temen-temennya dengan sebutan Hegar. Hegar saat ini berusia 21 tahun. Hegar merupakan mahasiswa Komunikasi Semester empat. Hegar merupakan salah satu penggemar *boyband Super Junior*. Hegar mulai suka dengan *boyband Super Junior* sejak tahun 2010, dan kemudian bergabung dengan *Hanguk aein community*.

Hegar sangat menyukai *boyband Super Junior* dan dibuktikannya dengan terbiasa menggunakan pernak-pernik *boyband Super Junior* seperti kalung, jaket, sepatu, dan majalah-majalah Korea.

4. Windy Saraswati Pratiwi

Windy Saraswati Pratiwi biasa dipanggil oleh teman-temannya dengan sebutan windi. Saat ini usia Windi 20 tahun. Windi merupakan mahasiswa Untirta jurusan manajemen semester 4. Kecintaan windi pada Korea dimulai sejak windi masih duduk di bangku Sekolah Menengah Atas, kelas 3 di tahun 2010.

Windi sangat suka sekali dengan artis Korea *Lee Min Ho* pemeran dalam film *Boys Before Flowers*. Kecintaannya itu dimulai sejak Windi menonton drama-drama Korea yang ditayangkan televisi.

Karena ketertarikannya Windi dengan Korea, akhirnya Windi bergabung dengan *Hanguk aein cummunity* pada tahun 2011. Saat ini Windi menjabat sebagai ketua *Hanguk aein cummunity*.

5. Adela Santa Putri Pedana

Adela Santa Putri Perdana atau yang biasa dipanggil oleh teman-temannya dengan nama Adel. Adel berusia 20 tahun, merupakan mahasiswa Untirta Semester 4 jurusan Manajemen. Adel merupakan seorang penggemar Korea dan Adel sangat suka sekali dengan *boyband Shinee*.

Adel mulai tertarik atau menyukai budaya Korea sejak masih di bangku Sekolah Menengah Atas pada saat itu di tahun 2009. Adel pun bergabung dengan *Hanguk aein community* pada tahun 2011 saat Adel sudah duduk di bangku Kuliah. Saat ini di *Hanguk aein community*. Adel menjabat sebagai Ketua Divisi *Cover Dance*.

Adel sangat menyukai sekali budaya Korea baik itu film dan musik, Adel pun membuktikannya dengan menempel poster-poster artis-artis Korea yang Adel suka dikamarnya sehingga kamarnya dipenuhi oleh poster-poster artis Korea.

6. Esa Zamelia

Esa Zamelia biasa dipanggil dengan nama Esa. Saat ini Esa berusia 20 tahun. Esa adalah mahasiswa Untirta jurusan

manajemen semester 4. Esa merupakan penggemar Korea baik itu film maupun musik-musik Korea terutama grup musik *boyband Block B*.

Ketertarikan Esa pada musik maupun film Korea dimulai sejak Esa masih duduk di bangku Sekolah Menengah Atas pada tahun 2008. Esa pun mulai bergabung dengan *Hanguk aein community* sejak tahun 2011. Dan saat ini Esa menjabat sebagai ketua divisi *Hangul* pada *Hanguk Aein Community*.

Kecintaan Adel pada musik dan film Korea khususnya *boyband Block B*, dibuktikannya dengan membeli berbagai aksesoris yang sering digunakan oleh personel *Block B* atau aksesoris yang sering digunakan oleh para penggemar *Block B*.

4.3 Hasil Penelitian

Masalah yang diteliti dalam penelitian ini adalah gaya hidup mahasiswa Untirta melalui *korean wave*. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dan observasi dimana peneliti datang dan menanyakan kepada informan tentang bagaimana gaya hidup mahasiswa Untirta melalui *korean wave* dan melakukan pengamatan pada mahasiswa mengenai gaya hidup mahasiswa melalui *Korean wave*.

Dalam pengumpulan data, peneliti tidak hanya melakukan wawancara dengan pendiri *Hanguk aein community* akan tetapi juga melakukan wawancara dengan beberapa anggota *Hanguk aein community* dan juga beberapa mahasiswa Untirta lainnya. Dalam wawancara tersebut, peneliti mendapatkan data atau informasi berupa gaya hidup melalui *korean wave* dan macam-macam gaya hidup mahasiswa Untirta melalui *korean wave* ini.

Pada wawancara mendalam, peneliti menyiapkan sejumlah pertanyaan. Merekam jawaban atau informasi yang didapatkan dari informan dan menulis hal-hal penting. Data yang diambil dari hasil wawancara diperoleh dari enam orang mahasiswa yaitu, Ketua *Hanguk aein community* Windy Saraswati Pratiwi, Adela Santa Perdana ketua Divisi *Cover Dance* di *Hanguk aein community*, Esa Zamelia sebagai ketua Divisi *Hangul* di *Hanguk aein community*, Hegar Aditya anggota *Hanguk aein community*, Nissa Ramadhani dan Aini Azizah sebagai Mahasiswa Untirta penggemar Korea. Adapun daftar pertanyaan dan jawaban dari narasumber dapat dilihat dari lembar lampiran.

Hasil wawancara langsung yang peneliti lakukan dengan *Key Informan* merupakan data primer dan sumber pokok dalam penelitian, sedangkan hasil observasi selama peneliti melakukan penelitian merupakan data sekunder. Data-data yang diperoleh dari hasil wawancara langsung

kepada informan dan hasil observasi dikategorisasikan sesuai dengan identifikasi masalah.

Bagaimana gaya hidup mahasiswa dalam hal gaya berpakaian, gaya berbicara hingga budaya konsumtif mahasiswa penggemar *korean wave*. Lalu data tersebut dijabarkan secara jelas dan terbuka sehingga dengan demikian dapat disimpulkan hasil dari penelitian mengenai gaya hidup mahasiswa Untirta melalui *korean wave*.

Setelah pengumpulan dan proses penyusunan data yang diperlukan, maka kali ini peneliti akan menguraikan hasil penelitian, yaitu mengenai bagaimana gaya berpakaian, gaya berbicara dan budaya konsumtif yang dilakukan oleh mahasiswa melalui *korean wave*. Adapun hasil penelitian ini berdasarkan wawancara mendalam, observasi partisipan pasif, dan dokumentasi.

4.3.1 Gaya Hidup Mahasiswa melalui Korean Wave

Pada bagian ini peneliti akan mendeskripsikan hasil temuan penelitian mengenai gaya hidup mahasiswa Untirta, dalam penelitian ini gaya mahasiswa dalam cara membagi waktu dan ruang, dan semua detail lain yang membentuk kehidupan mahasiswa sehari-hari.

Berkaitan dengan gaya hidup melalui *korean wave* di kalangan mahasiswa dengan kontribusi besar media massa. Gaya hidup mahasiswa dalam membagi ruang dan waktu untuk dapat

meluangkan kecintaanya pada tayangan-tayangan Korea baik itu film maupun musik Korea. Seperti saat peneliti mewawancari informan pendukung, Aini Azizah.

"..... pernah sih sampe lupa waktu buat nonton. Terakhir itu waktu itu nonton film Boys Before Flowers (BBF) dari siang malam sampai pagi. Kalo ga salah sih selesai sampai jam 3 subuh gitu, sebelumnya juga suka begitu kalau udah dapet DVD atau Soft Copy film atau musik suka langsung nonton sampai selesai ..."⁵⁴

Sama halnya dengan Nissa, gaya hidup melalui korean wave, membagi ruang dan waktu untuk meluangkan waktunya untuk tayangan-tayangan Korea:

".....kalau dulu waktu zaman SMP masih ada film Fullhouse tuh, kalau dulukan diputerinnya malam, tapi lupa dulu nonton di stasiun tv apa gitu kalau ga salah sih ANTV gitu. Kan diputerinnya tengah malem gitu jadi awalnya sih tadinya kebangun dari tidur terus inget cerita temen kalau ada film rame jam 1 malam gitu yah akhirnya ketagihan nonton film itu, sebab seru banget dan cerita menarik banget apalagi artis-artisnya ganteng banget lagi. Dulu masih SMP itu suka di marahin sama Umi karena sering nonton film tengah malem gitu jadi kadang nontonnya suka nyuri-nyuri gitu supaya ga ketahuan kadang volume tv dikecilin atau kadang pernah waktu itu sampai aku nontonya pakai headset supaya bisa nonton tapi orang rumah jadi gag keganggu gitu...."⁵⁵

Ternyata tidak hanya Nissa dan Aini saja melainkan hal serupa terjadi baik pada Adel, Esa dan Windi dalam hal gaya hidup

⁵⁴ Hasil wawancara dengan Aini Azizah pada tanggal 20 Februari 2013

⁵⁵ Hasil Wawancara dengan Nissa Ramadhani pada tanggal 27 Februari 2013

membagi ruang dan waktu untuk menikmati tayangan-tayangan

Korea:

“... paling lama nonton itu, nonton DVD drama Dream High, waktu itu nonton dari jam 10 pagi baru selesai nonton jam 9 malem. Dan waktu itu pun mamah sempat tanya nonton apa, yah ketika dibilang nonton film Korea sih biasa-biasa aja, tapi pas lama-lama liat kalo nontonya sampe malem waktu itu jam 9 malem gitu deh, yah mamah marah-marah karena dianggapnya engga tahu waktu engga berenti-berenti nontonya. Dan sampai saat ini pun kalau lagi nonton drama, kan drama itu lama tuh jadi mau engga mau harus luangin waktu biar nontonya bisa sampai selesai dan itutuh terkadang mamah suka marah-marah dan akhirnya kalau nonton itu kamarnya dikunci, terus kalau ditanya sedang apa sedang belajar pokoknya gitu deh gimana caranya supaya bisa nonton sampai selesai..”⁵⁶

Kemudian Adel juga mengemukakan jawabannya mengenai gaya hidup melalui *korean wave*, membagi ruang dan waktu untuk meluangkan waktunya untuk film ataupun musik Korea:

“... Pernah nonton lama itu pas nonton DVD dramanya You're Beautiful, itu filmnya seru banget tuh apalagi pas bagian Tae Kyung sedang acting, itu ganteng banget dan bagus banget aktingnya. Waktu itu nonton drama You're Beautiful dari jam 8 malem sampai jam 4 gitu. Nontonnya waktu itu awalnya sih ditemenin sama adik, tapi adiknya ga kuat nonton terus ketiduran dan akhirnya Gue nonton sendirian dan kalau ga salah itu baru selesai sampai jam 4 subuh...”⁵⁷

Melihat dari identifikasi masalah yang dikemukakan di awal, peneliti menginterpretasikan data-data yang telah didapatkan

⁵⁶ Hasil wawancara dengan Windy Saraswati pada tanggal 04 Maret 2013

⁵⁷ Hasil Wawancara dengan Adela Santa pada tanggal 05 Maret 2013

berdasarkan hasil dari wawancara dimana gaya hidup mahasiswa baik Aini, Nissa, Windi, dan Adel yang rela meluangkan waktu dan ruangnya untuk menyaksikan film Korea.

Gaya hidup mahasiswa Untirta melalui Korean Wave ini yang pada mulanya mereka terbiasa istirahat pada jam-jam tersebut yang dikatakan, tetapi dimanfaatkan oleh mereka untuk menikmati film-film Korea karena kecintaannya menyaksikan drama-drama Korea baik itu melalui media elektronik DVD maupun televisi.

Hal ini menjadi terasa unik seperti halnya yang dialami oleh mereka ini mereka rela untuk menyaksikan film-film korea tidak peduli jam tayang malam dan juga tidak peduli pada kesehatan seperti Aini, Adel dan Windi yang sanggup menonton tayangan drama Korea hingga berjam-jam serta Nissa yang harus bangun tengah malam untuk menyaksikan film Korea padahal waktu itu Nissa masih duduk dibangku Sekolah Menengah Pertama sehingga harus bangun pagi untuk kembali beraktifitas. Tayangan-tayangan Korea yang menurut informan dianggap lebih menarik, sehingga mereka merubah gaya hidup mereka.

Yang mulanya tidak tertarik dengan tayangan-tayangan Korea, setelah melihat tayangan-tayangan Korea dan mulai tertarik. Hal tersebut menjadikan mahasiswa yang telah tertarik ingin lebih

mengetahui tentang hal yang disukainya tersebut. Dengan lebih menonton tayangan-tayangan Korea, membuka website-website Korea khususnya artis-artis favorit mereka.

Dalam hal ini jika dikaitkan dengan teori norma budaya yang digunakan dalam penelitian, dapat dilihat bagaimana adanya penguatan norma baru yang dilakukan oleh media massa sehingga menjadikan para mahasiswa tertarik oleh tayangan-tayangan Korea.

Terjadi perubahan norma ketika para mahasiswa yang biasanya tidak melakukan hal seperti menonton tayangan pada tengah malam, dan ketika mulai tertarik dengan tayangan korea mulai adanya perubahan norma. Ditandai dengan waktu untuk menonton tayangan-tayangan Korea lebih banyak, bahkan rela untuk tidak tidur untuk menonton tayangan-tayangan Korea.

Ketika mereka menjadi lebih sering untuk menghabiskan waktunya untuk menonton tayangan Korea, menggunakan produk asesoris Korea, dan terjadi perubahan selera. Hal ini dianggap telah menjadikan norma baru untuk sebagian mahasiswa yang suka dengan budaya-budaya korea baik itu film, musik, maupun produk-produk Korea.⁵⁸ Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan hal tersebut memang benar-benar terjadi dan perubahan

⁵⁸ Hasil observasi yang dilakukan peneliti saat turut bergabung dengan komunitas *Hanguk Aein Community*

norma diakui oleh para informan. Mahasiswa lebih memilih Korea ketimbang Indonesia karena menurut para informan Korea lebih menarik dari Indonesia. Namun demikian dari hasil wawancara mendalam peneliti dengan beberapa *key informan* ada saja yang masih bangga dan cinta dengan Indonesia, karena ketertarikannya terhadap Korea hanya dianggap seperti hobi saja bukan berarti merubah rasa nasionalismenya.

4.3.2 Gaya Berpakaian

Dalam hal berpakaian mahasiswa pada umumnya menggunakan atau memakai pakaian yang sifatnya kasual dan sportif, artinya jenis bahan dan model yang dipakai umumnya. Gaya berpakaian saat ini dimana adanya Korean Wave yang memasuki dunia remaja khususnya mahasiswa, membuat adanya perubahan gaya berpakaian dari mahasiswa.

Dalam hal gaya berpakaian ini, biasanya apabila ada orang yang tidak begitu mengerti mengenai Korea dan melihat para penggemar Korea menggunakan pakaian-pakaian atau kostum seperti layaknya artis-artis Korea, orang-orang tersebut pasti akan berkata pakaian aneh dan menganggapnya kurang kerjaan menggunakan pakaian-pakaian Korea, akan tetapi para penggemar

Korea tersebut tetap saja menjalankan hobi akan kecintaanya pada Korea ini.

Banyaknya mahasiswa menggunakan produk pakaian Korea yang saat ini banyak dipasarkan melalui media *online* ataupun iklan televisi, atau mahasiswa yang menggunakan model-model pakaian yang biasa dikenakan oleh artis-artis korea sebagai bukti kecintaanya kepada Korea.⁵⁹ Perubahan cara atau gaya berpakaian mahasiswa yang saat ini berbeda sekali dengan gaya berpakaian sebelum adanya *korean wave* dikatakan oleh para penggemar Korea karena hal itu menarik dan itu sebagai tanda kalau kita penggemar dari artis-artis korea. Seperti yang dikemukakan oleh Aini Azizah:

"... ada sih, kaya jaket sama t-shirt yang sering gue pakai, kalo jaket gue punya jaket yang warnanya tuh pink terus ada tulisannya girl-generation jaketnya modelnya bagus banget model hoodie tapi gimana gitu ada variasi di bagian bawahnya gitu jadi seneng banget. Apalagi jaket itu jaket para Sone (penggemar SNSD) dan kalau lagi pakai itu pokonya berasa Sone banget deh. Adalagi T-shirt, T-shirnya Super Junior, warnanya biru itu bagus banget tuh, di kerah bagian belakang ada tulisannya SUJU dan didepan bagian dada ada logo ELF (penggemar SUJU) jadi bagus ajah kalau lagi pakai, engga norak gitu kesannya...."
⁶⁰

⁵⁹ Hasil observasi yang dilakukan peneliti saat turut bergabung dengan komunitas *Hanguk Aein Community*

⁶⁰ Hasil wawancara dengan Aini Azizah pada tanggal 20 Februari 2013

Tidak hanya Aini saja melainkan hal serupa terjadi pada Nissa dan Hegar dalam hal gaya berpakaian ala artis-artis Korea, seperti yang dikatakan oleh Nissa, sebagai berikut:

“ ...oh, paling yah itu beli jaketnya ELF (penggemar SUJU) yang warna biru, terus ada logo ELF terus SUJU nya. Tapi emang jaketnya bagus juga sih dipakainya enak, terus kan seneng banget bisa pakai jaket yang dipakai para penggemar SUJU. Terus kan karena pakai jilbab yah palingan gitu kalau ada yang lengan panjang agak tertutup gitu sih suka beli. Satu lagi palingan yah itu, kaos lengan panjang warna putih ada tulisannya SJ maksudnya Super Junior. Itu bagus banget kaosnya sih biasa ajah kaya kaos biasa tapi tulisan SJ nya itu bagus banget desainnya apalagi di belakangnya bagian paling bawah ada gambar karikatur para personel suju jadinya bagus banget tuh. Pokonya SUJU banget deh...”⁶¹

Sementara informan Hegar juga mengungkapkan jawabannya ketika ditanya, bagaimana tentang gaya berpakaianya? Informan Hegar menjawabnya, sebagai berikut:

“pakai jaketnya Super Junior yang warnanya itu biru ada tulisan ELF dengan logonya itu bagus banget, jadi kalo ke kampus selalu pakai jaket itu celana dibuat begi biar kaya para personil Super Junior. Yah palingan itu ajah sih yang sering pakai jaket nya Super Junior...”⁶²

Pakaian yang sering digunakan dan disukai oleh Aini, Nissa dan Hegar merupakan pakaian yang sama yakni seperti jaket

⁶¹ Hasil wawancara dengan Nissa Ramadhani pada tanggal 27 februari 2013

⁶² Hasil wawancara dengan Hegar Aditya pada 2 Maret 2013

hoodie nya yang berwarna biru bertuliskan ELF (sebagai petanda penggemar SUJU) nya. Jadi baik Aini dan Nissa dimana mereka suka sekali dengan boy band *Super Junior* menunjukkan kecintaanya lewat berpakaian dengan menggunakan jaket tersebut. Hal tersebut sebagai tanda bahwa mereka merasa suka sekali dengan *Super Junior*. Tidak hanya Aini, Nissa, dan Hegar saja yang menunjukkan menunjukkan kesukaannya terhadap *Super Junior* melalui gaya berpakaian. Seperti yang dikatakan oleh Esa berikut ini salah satu penggemar Korea khususnya boyband Block B:

" ... Celana model Begi, jaket Boy Band Block B dan sepatu sneakers yang suka dipakai personel Block B paling yah kalo buat pakaian gitu. Aku kan suka banget tuh sama Block B jadi yah aku sih seneng banget bisa pakai kaya jaket Block B, jaketnya itu warnanya hitam model hoodie gitu dengan didepannya ada logo terus tulisan Block B nya yang khas banget dengan warnanya terus ada tulisan Block B di kudung kepalanya gitu, itu keren banget deh pokoknya. Agak ramai sih coretan-coretannya tapi ga alay gitu. Ada lagi sepatu sneakersnya yang biasanya tuh Block B pakai, itu lucu gitu walau dipakai sama lelaki karena personelnnya Block B semuanya Lelaki tapi dipakai sama aku tuh kayanya bagus gitu modelnya. Terus kalo celana sih emang kan sekarang lagi modelnya begi gitu yah palingan gitu aku buat begi celana-celana aku sekarang..."⁶³

Dalam hal gaya berpakaian ini pakaian adat Korea pun kadang dalam kegiatan yang diadakan oleh *Hanguk aein community*

⁶³ Hasil wawancara dengan Esa Zamelia pada 4 Maret 2013

seperti Hanbok yang merupakan pakaian adat Korea pun ikut dikenakan oleh para mahasiswa Untirta yang tergabung dalam *Hanguk aein community*. Seperti yang dikatan informan Adel yang merupakan ketua divisi *Cover Dance* di *Hanguk aein community*:

*"... kami HAC (singkatan Hanguk aein community) punya hanbok, biasanya suka dipakai buat acara gathering kegiatannya HAC, terus kalau ada yang sewa pun buat pementasannya kami sewakan juga, untuk hanbok sampai saat ini sih HAC baru punya 1 jadi biasanya kalau pas gathering itu pakainya bergantian kalau mau foto atau hanya sekedar merasakan rasanya mengenakan Hanbok. Selain Hanbok kami juga biasanya kalau mengadakan acara gathering karna saya divisi Cover Dance. Saya membuat suatu Musik Dance ataupun parody yang dimainkan oleh anggota HAC dan biasanya pakaian-pakaiannya diusahakan mirip dengan apa yang biasa ditayangkan, seperti contohnya saja kisah perjalanan sukses SNSD menuju kesuksesan itu kan ga mudah tuh mereka untuk sampai sesukses saat ini, dan kami buat parodinya dan pakaian-pakaiannya kami buat mirip seperti ketika mereka pentas...."*⁶⁴

Gaya berpakaian melalui *korean wave* pada mahasiswa Untirta ini yaitu agar dapat diaanggap seperti artis-artis korea dan ingin dianggap sebagai fans dari artis-artis korea idola mereka. Mereka mencoba membuat sesuatu yang berbeda dalam gaya berpakaian mencoba mengikuti karakter yang mereka idolakan. Seperti penggunaan jaket biru bertuliskan *ELF* sebagai petanda

⁶⁴ Hasil wawancara dengan Adela Santa pada 5 maret 2013

bahwa mereka adalah para penggemar boyband *Super Junior*, penggunaan jaket berwarna merah muda bertuliskan *Sone* sebagai petanda mereka penggemar girlband *Girl Generation*, dan mengenakan pakaian jaket bertuliskan *Block B*, celana begi dan sepatu sneaker sebagai petanda bahwa mereka para penggemar boyband *Block B*.⁶⁵

4.3.3 Gaya Berbicara

Berbicara Korea atau yang dalam bahasa korea huruf-hurufnya disebut *hangul*. *Hangul* adalah nama resmi bahasa yang menggunakan huruf Korea yang dipakai oleh bangsa Korea.⁶⁶ Gaya berbicara mahasiswa melalui korean wave saat ini menyebabkan banyaknya mahasiswa penggemar Korea sedikit banyak mengerti bahasa-bahasa Korea.⁶⁷

Sudah mulai banyaknya mahasiswa Untirta yang mengerti dengan bahasa Korea ini membuat perubahan gaya berbicara mahasiswa para penggemar korea ini yang mulanya biasa berkumpul dan berbicara dengan bahasa Indonesia, namun saat ini terkadang gaya berbicara mereka para penggemar Korea sedikit memasukan bahasa korea dalam pembicaraannya.⁶⁸ Seperti yang

⁶⁵ Hasil observasi

⁶⁶ elflovesuju.wordpress.com/korean-words/lets-learn-hangeul/

⁶⁷ Hasil observasi pada komunitas *Hanguk Aein Community*

⁶⁸ Hasil observasi pada komunitas *Hanguk Aein Community*

dikatakan oleh informan Adel mengenai gaya berbicara Korea berikut:

".... Ya, kadang-kadang sih gitu ngomong sama temen-temen HAC pakai Hangul, biasanya tuh bahas-bahas lagu Korea kan biasanya lagu korea itu hangul tuh, sekarang sih sedikit tahu tentang bahasa-bahasa Korea kaya ucapan-ucapan halo kalau lagi ketemu trus ucapan terima kasih dan lain-lain gitu deh pokoknya. Paling senang itu kalo lagi ada kelas Hangul HAC tuh. Jadi kita disitu tuh saling share tentang bahasa-bahasa korea disitu yang paling ngerti banget ngajarin temen-temen hangul..."⁶⁹

Waktu untuk berkomunikasi bahasa Korea para mahasiswa terjadi pada saat mereka berkumpul atau bertemu dengan para penggemar Korea seperti mereka. Adapun mahasiswa yang tidak tergabung dengan *Hanguk aein community* seringkali berbicara menggunakan bahasa Korea, hal tersebut dilakukan ketika misalnya sedang tidak suka dengan seseorang ataupun sedang marah, seperti yang dikatakan oleh informan Nissa berikut:

"..... kalo ngomong Korea sih paling yah hanya sekedar gitu ajah sih, kalo lagi ketemu temen yang ngerti juga, sedang bercanda, terus kalau lagi sebel sama orang gitu kadang yah kadang-kadang keluar kata-kata kasar bahasa koreanya gitu terus kan mereka yang disebelin ga ngerti tuh jadi mereka itu ga

⁶⁹ Hasil wawancara dengan Adela Santa pada 4 maret 2013

*sadar dengan artinya yang diomongin, palingan yah gitu ajah sih...*⁷⁰

Dan biasanya mereka membahas bahasa Korea tersebut untuk memahami suatu makna lagu yang sering dinyanyikan oleh artis idolanya atau ketika sedang menonton drama-drama Korea tanpa *subtitle*.⁷¹ Hal ini diperkuat oleh informan Esa yang saat ini menjabat sebagai ketua divisi Hangul di *Hanguk aein community*, sebagai berikut:

*"... sebenarnya awalnya tertarik untuk belajar Hangul tuh pas dengerin lagu-lagunya Block B dikarenakan suka banget tuh lagunya Block B, dan disitu sering denger lagunya terus searching di website buat liat liriknya gitu dan akhirnya banyak lagu Block B yang sudah hafal tuh tapi kan bingung juga dan penansaran banget buat tahu artinya. Dan akhirnya disitu lah mulai belajar Hangul terus aku ikut kelas privatnya Hangul tuh di Cilegon ka nada yah aku sekarang sih sedikit banyak tahu tentang Hangul dan sekarang sih suka ngajarin temen-temen HAC Hangul gitu, kita kalo ketemuan suka pakai Hangul terus apalagi kalo lagi Gathering gitu paling seru tuh. Karena kumpul semua anggota baru disitu tuh kami lebih banyak ngomong Korea ketimbang bahasa Indonesia, jadinya seru banget..."*⁷²

Kesimpulan mengenai gaya berbahasa Korea atau yang disebut juga dengan *hangul* ini. Biasa digunakan mahasiswa

⁷⁰ Hasil wawancara dengan Nissa Ramadhani pada 27 Februari 2013

⁷¹ Hasil observasi pada komunitas *Hanguk Aein Community*

⁷² Hasil wawancara dengan Esa Zamelia pada 4 Maret 2013

sebagai alat komunikasi hal ini dilakukan untuk memudahkan komunikasi diantara para penggemar Korea. Para penggemar Korea mencoba mempelajari bagaimana Hangul dan mengimplementasikannya pada komunikasi mereka antar sesama penggemar Korea.

Selain sebagai sarana komunikasi mereka, *hangul* juga dianggap sebagai sarana identifikasi, dengan menggunakan *hangul* mereka merasa semakin yakin dan mereka ingin menunjukkan dirinya sebagai seorang yang benar-benar suka Korea. Fungsi lainnya adalah dalam penggunaan *hangul* ini mereka menganggap berbicara mereka lebih terjaga kerahasiaannya (*privacy*) komunikasi, dan untuk membuat orang terkesan dan bingung.

4.3.4 Budaya Konsumtif

Dalam hal apa saja yang dikonsumsi oleh mahasiswa atau budaya konsumsi yang terjadi di Untirta melalui Korean Wave dapat dikatakan mahasiswa-mahasiswa pencinta Korea ini gemar sekali mengkonsumsi produk-produk Korea selain itu pakaian dll. Kesukaan mahasiswa Untirta untuk mengkonsumsi barang-barang komoditas telah menjadi hal yang umum bagi sebagian kalangan para penggemar Korea, yang tentunya dalam ukuran standar bagi mahasiswa. Contohnya saja dalam hal mengkonsumsi pakaian yang sedang trend, alat make up, aksesoris kecantikan dll.

Berkaitan dengan budaya mengkonsumsi yang terjadi di kalangan mahasiswa pada umumnya hampir sama, seperti yang dilakukan pada umumnya oleh masyarakat modern namun yang membedakannya hanya saja pada jumlah atau nilai nominalnya sebagai biaya konsumsi. Berikut ini jawaban informan Aini ketika ditanyakan mengapa tertarik untuk mengkonsumsi produk-produk Korean Wave, Aini mengatakan bahwa:

" ... pakai handphone Samsung Android, dan itukan buaatannya Korea tuh, selain sebagai fungsinya sebagai telpon adalagi sebenarnya fungsi menarik kalau pake Samsung Android ini, bisa download aplikasi Kakao Talk, Me 2 Day terus Fan Talk jadi bisa tahu dan bisa terhubung dengan artis-artis korea tuh kayak dengan Kyuhyun personilnya Super Junior terus sama artis-artis lain lagi. Barang-barang lain yang suka dibeli selain Handphone Samsung Android, headset yang ada tulisan GG (Girl Generation) itu bagus dan lucu banget itu, jadi headsetnya itu warnanya pink kecil gitu ada tulisan GG (Girl Generation) itu lucu banget waktu itu dapetnya susah banget tuh cari-cari di took sampai cari-cari di online shop baru dapet. Habis headsetnya lucu banget sih itu unik waktu itu litany gara-gara konsernya Girl Generation semua personilnya pake itu tuh terus jadinya pengen punya deh. Terakhir ini sih yang baru dibeli Jam GG G-Shock. Itu lucu banget terus bagus banget unik tampilan LEDnya. Jamnya bagus banget warna Pink di LED ada tulisan Girl Generation terus dibawahnya tulisan SNSD pake Hangul gitu. Paling selebihnya lebih ke aksesoris kecil ajah sih yah..."⁷³

Hal yang hampir serupa juga dikatakan oleh informan Esa ketika diberikan pertanyaan produk-produk

⁷³ Hasil wawancara dengan Aini Azizah pada 20 Februari 2013

apa saja sih yang suka dipakai sebagai bukti kamu suka Korea? Informan Esa mengatakan:

"... kaya itu tadi baju dan sepatu sneakers, Cuma ada beberapa barang lain. Handphone pakai Samsung Android ini pas banget nih sengaja beli karena awalnya cuma pengen biar browsingnya gampang ajah sih, bisa liat video clip Block B, browsing tentang Block B dan artis lainnya, dan gataunya ternyata ada aplikasi jejaring sosial lain selain facebook dan twitter yang bisa buat kita tahu aktifitas para artis Korea tuh khususnya Block B itu ada Korea Cyworld, Me 2 Day, Kakao Talk, Line, Star Call dan itu semua menarik banget. Bisa tahu tentang aktifitas apa saja yang sedang dilakuin dengan artis-artis Korea gitu. Kalau barang-barang sih ada Poster, DVD, Headset, Jaket, Majalah, sama gantungan-gantungan kunci gitu. Yang paling seneng banget sih pas punya headset merk Dr.Dre Beast itu, itu seneng banget selain suaranya jernih buat dengerin music, headset ini susah dan mahal banget buat dapetinya, biasanya yang suka pakai tuh Taemin personel Shinee. Itu seneng banget pas punya headset itu..."⁷⁴

Dalam hal budaya konsumsi produk Korea, terdapat kemiripan produk-produk yang dikonsumsi oleh mahasiswa Untirta ini, seperti yang dikatakan informan Windy sebagai berikut:

"... barang-barang yang suka dibeli sih banyak banget yah sampe-sampe mamah itu bilang jadi boros banget buat belanjaan uang jajan bulanannya, terus kadang suka sampe bela-belain nabung dulu buat belinya. Yang paling banyak sampe sekarang ini sih pernah-perniknya Shinee gitu yah. Itu bagus terus

⁷⁴ Hasil wawancara dengan Esa Zamelia pada 4 Maret 2013

lucu-lucu banget. Kaya ada gantungan kuncinya bentuknya tulisan Shinee, kalung tulisan Shinee, baju sama dress Shinee ada lagi terus kaos kakinya punya yang ada gambar karikturnya SNSD itu lucu banget bawahnya warna putih terus atasnya warna pink nya SNSD banget, terus punya juga produk kecantikannya yang suka dipake itu seperti alat make up kaya produknya BB Cream itu sering banget dibeli yah paling alas bedak, habis harganya yang lumayan mahal juga. Kalau untuk handphone sih aku pakainya sekarang ini Blackberry soalnya dibelinya sama mamah Blackberry tapi yah gapapa masih tetep bisa buat browsing buat liat-liat berita artis-artis Korea kok... ”⁷⁵

Pemakaian-produk-produk Korea saat ini banyak sekali digemari oleh para remaja khususnya mahasiswa seperti yang dikatakan oleh para informan. Hal tersebut diperkuat kembali oleh informan Hegar, sebagai berikut:

“... pakai hanphone LG yang diiklanin sama Super Junior, itu ada aplikasi untuk tahu update terbaru dari artis-artis korea, khususnya Super Junior kaya Kakao Talk, Cyworld, Fan Page. Jadinya enak ajah kalau udah aplikasi bawaan handphone. Punya jaketnya ELF (penggemar SUJU) itu original official langsung dari Korea, dan dapetnya susah banget dan engga murah. Sepatu model Sneakers yang suka dipakai Super Junior, yah paling selebihnya sih kaya pernah-ponik asesoris Super Junior kaya kalung, kaos kaki, headset, sabuk, sama tas semuanya ada tulisan Super Juniornya. Itu bagus-bagus banget...”⁷⁶

Konsumsi barang komoditas secara fungsional bukan lagi berakar pada kebutuhan fisik dan psikis yang

⁷⁵ Hasil wawancara dengan Windy Saraswati pada 4 Maret 2013

⁷⁶ Hasil wawancara dengan Hegar Aditya pada 2 Maret 2013

mungkin sudah terpuaskan karena merupakan akar dari gaya hidup hedonisme. Sebab bagaimana mungkin para mahasiswa ini rela menghabiskan uang mereka hanya untuk beberapa saat seperti menikmati model rambut, pakaian atau makanan Korea yang sedang tren saat ini.⁷⁷

Jadi dapat disimpulkan bahwa ternyata keasyikan yang mengajak para remaja khususnya mahasiswa Untirta untuk terus mengonsumsi berbagai kemasan gaya hidup yang secara simbolik dianggap dapat meningkatkan status sosial, sebagian besar faktor pendorong itu semua adalah media.⁷⁸ Melalui media dimana munculnya *korean wave*, gaya hidup populer tidak hanya disebarkan dan disatukan, tetapi bagaimana gaya hidup tersebut mendapatkan pembenaran bahwa hal tersebut merupakan peran media massa dalam mengemas sebuah citra terhadap gaya hidup tertentu contohnya adalah gaya hidup melalui *korean wave*.

Mengacu pada identifikasi masalah dari penelitian mengenai macam-macam gaya hidup mahasiswa Untirta melalui *korean wave*.
Temuan penelitian menunjukkan bahwa macam-macam gaya hidup yang

⁷⁷ Hasil observasi pada komunitas *Hanguk Aein Community*

⁷⁸ Hasil observasi pada komunitas *Hanguk Aein Community*

berkembang antara lain gaya berpakaian (fashion), berbicara, dan budaya konsumsi para mahasiswa. dampak dari *korean wave* sangat besar dalam perubahan hal-hal tersebut. *korean wave* mampu menempatkan para objek baru pujaan publik yang sangat luar biasa, yang tercermin dalam iklan-iklan karakter drama dilm, televisi, dan musik-musik Korea.⁷⁹

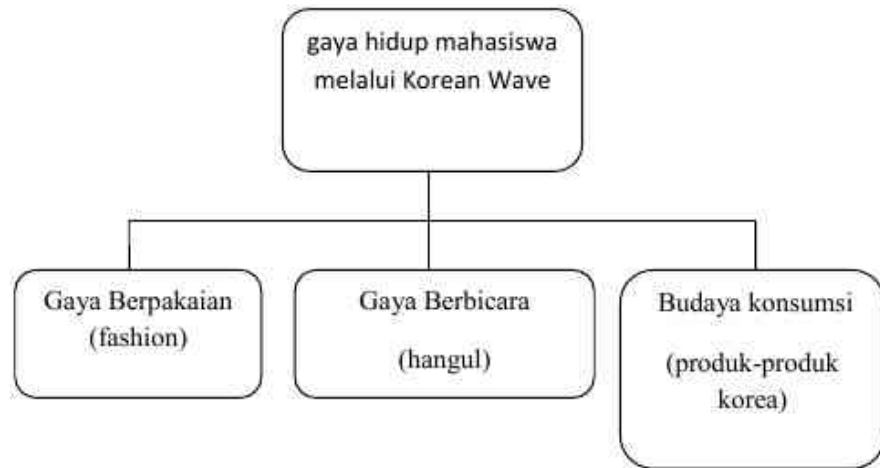
Korean wave memiliki andil yang cukup besar dalam memoles kenyataan sosial saat ini. *Korean wave* ini tidak hanya dianggap mampu memenuhi kebutuhan manusia akan hiburan, tapi juga ilusi dan fantasi yang mungkin belum pernah dirasakan sebelumnya. Apapun motif penggunaannya, *Korean wave* mampu menciptakan budaya populer baru.

Melalui Korean Wave, gaya hidup populer tidak hanya disebarkan dan disatukan, tapi bagaimana gaya hidup mampu memperoleh pembenaran. Sehingga perubahan gaya berpakaian, gaya berbicara, dan budaya konsumsi para penggemar Korea saat ini yang mengalami perubahan yang cukup besar. Mereka mencoba mengkonsumsi semua produk Korea dalam media seperti drama atau film, musik-musik Korea, Makanan Korean dan produk-produk lainnya yang seakan mampu membuat mereka merupakan bagian dari Korea. Meskipun hal tersebut bisa dibilang hanya impian atau ilusi.

⁷⁹ Hasil observasi yang dilakukan peneliti saat turut bergabung dengan komunitas *Hanguk Aein Community*

Bagan 4.1

Gaya hidup mahasiswa melalui Korean Wave



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti pada mahasiswa Unitirta penggemar Korea khususnya pada *Hanguk aein community*, mengenai gaya hidup mahasiswa Untirta melalui *korean wave* ini, maka peneliti dapat memberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Mahasiswa lebih tertarik menghabiskan waktunya untuk menikmati tayangan-tayangan dan kebudayaan Korea.
2. gaya berpakaian, mahasiswa mencoba tampil seperti para artis pujaannya, dan mengenakan pakaian dengan model-model yang biasa dikenakan oleh artis-artis pujaannya.
3. Dalam hal gaya berbicara, mahasiswa lebih mendalami bagaimana berbicara dengan bahasa Korea dalam kehidupan bergaulnya sesama para penggemar Korea.
4. Dalam hal budaya konsumsi, mahasiswa jadi lebih banyak mengkonsumsi produk-produk Korea, seperti gadget, pakaian, sepatu, alat kecantikan, tayangan-tayangan Korea, dan makanan khas Korea. Mahasiswa penggemar Korea merasa senang dan puas ketika mengenakan aksesoris-aksesori yang dikenakan oleh artis idolanya.

5. Mahasiswa menganggap produk-produk Korea lebih menarik daripada produk Indonesia yang dianggap oleh mahasiswa untirta seperti meniru produk Korea.
6. Hampir semua penggemar Korea mengerti tentang kebudayaan Korea, hafal lagu-lagu idolanya. Kebanyakan dari mereka menganggap hal tersebut sebagai identitas dan bentuk kecintaan mereka pada produk Korea.

5.2 Saran

Berikut beberapa saran yang peneliti ajukan dengan harapan dapat memberikan sebuah kontribusi positif bagi bidang akademisi serta kehidupan berbudaya masyarakat.

1. Mahasiswa penggemar Korea diharapkan dalam gaya berpakaian dapat memilih dengan baik fashion yang akan dipakainya, karena fashion yang dipakai banyak menceritakan tentang pemakainya.
2. Diharapkan peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya, disarankan untuk mencari hal mengenai bagaimana mengantisipasi budaya Korea ini yang dianggap dapat mengancam rasa nasionalisme remaja Indonesia saat ini

3. Diharapkan peneliti selanjutnya membaca referensi lain lebih banyak lagi sehingga hasil penelitian selanjutnya akan semakin baik serta memperoleh ilmu pengetahuan yang baru.
4. Adanya lembaga baik itu Pemerintahan, LSM, ataupun lembaga lain yang mampu menjadi solusi agar dapat mengantisipasi budaya Korea yang semakin meluas ini, karena hal tersebut jika lama dibiarkan dapat berdampak pada berkurangnya rasa nasionalisme masyarakat khususnya remaja.
5. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan rujukan peneliti selanjutnya yakni program studi ilmu komunikasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro, Komala, Lukiaty.2004. *Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung. PT Remaja Rosdakarya
- Bungin, Burhan.2008, *Sosiologi Komunikasi: Teori Paradigma, dan Diskursu Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana
- Bernard, Malcolm.2007, *Fashion sebagai Komunikasi*, Bandung:Jalasutra
- Gerungan, WA. 1996, *Psikologi Sosial*, Bandung:PT. Eresco
- Kaplan, David. 1999, *Teori Budaya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis: Riset Komunikasi*. Jakarta. Kencana Preada Media Group
- Liliweri, Alo.1993. *Memahami Peran Komunikasi Massa dalam Masyarakat*. Bandung: Pt. Citra Aditya
- Majalah Marketing
- Moleong, LexiJ. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Dedy. 2001. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung:Remaja Rosdakarya
- Pawito, 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, Yogyakarta: Lkis Yogyakarta
- Rahmat, Jalaluddin, 2007, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Salim, Agus. 2001, *Teori & Paradigma Penelitian Sosial*, Yogyakarta:PT. Tiara Wacana
- Sihabudin, Ahmad.2011, *Komunikasi Antar Budaya*, Jakarta: PT Bumi Aksara

Sugiyono, 2011. *Statistika untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta

Sobur, Alex. 2006. *Semiotika Komunikasi*, Bandung, PT. Remaja Rosdakarya

Uchjana, Onong. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: PT. citra Aditya Bhakti

Sumber Online Website :

<http://selfbside.wordpress.com/2012/06/07/daftar-nama-fandom/> diakses pada 18 september 2012 pukul 22.18

<http://www.facebook.com/events/119023208200125/> diakses pada 18 september 2012 pukul 22.18

(<http://sosbud.kompasiana.com/2012/04/09/demam-k-pop-keberhasilan-pemerintah-korea-selatan-membangun-perekonomian-lewat-seni-453453.html>) diakses pada 12 agustus 2012 pukul 20:15 wib

<http://konsepblackbook.blogspot.com/2012/10/pengaruh-media-massa-terhadap-sikap.html> diakses pada 11 februari 2013 pada pukul 13.12wib

KOCIS. *Korean wave*. [Online]. [http://www.korea.net/Government/Current-Affairs/Korean Wave?affairId=209](http://www.korea.net/Government/Current-Affairs/Korean%20Wave?affairId=209). diakses pada 5 januari 2013 pukul 20.30 wib

<http://galuhlistya.blogspot.com/2013/01/fenomena-hallyu-wave-di-indonesia.html> diakses pada 4 Februari pada pukul 13.00 wib

<http://zilzaal.blogspot.com/2012/05/drama-korea-merusak-remaja-muslim.html> diakses pada 13 Februari 2013 pukul 16.30

**FOTO DOKUMENTASI KEGIATAN
HANGUK AEIN COMMUNITY**



Gathering HAC 2012 di Gedung Kopri



Gathering HAC 2012 di Gedung Kopri



Banner saran dan kritik untuk HAC



Kegiatan belajar Hangul rutin di HAC



Spicy, cover dance 'After School' dari HAC

Cover Dance pada acara Korean Wonderful Gathering



PEDOMAN WAWANCARA

1. Mengetahui gaya berpakaian mahasiswa melalui *Korean Wave*

Mencari jawaban atas pertanyaan: bagaimana gaya berpakaian mahasiswa saat ini setelah mulai merebaknya *Korean Wave* dan apa saja yang melatar belakangi tertarik berpakaian ala artis Korea.

2. Mengetahui gaya berbicara mahasiswa melalui *Korean Wave*

Mencari jawaban atas pertanyaan: bagaimana gaya berbicara mahasiswa melalui *Korean Wave* dan apa saja yang melatar belakangi tertarik berbicara ala Korea.

3. Mengetahui budaya konsumtif mahasiswa melalui *Korean Wave*

Mencari jawaban atas pertanyaan: bagaimana budaya konsumtif mahasiswa melalui *Korean Wave* dan apa saja yang melatar belakangi tertarik mengkonsumsi barang-barang Korea.

Lampiran wawancara

7. Nama : Aini Azizah

Tanggal Wawancara : 20 Februari 2013



- Gaya hidup melalui Korean Wave

1. Kapan awal anda mengenal Korea?

Awal mengenal korea sejak tahun 2011, pertama tahu itu dari drama-drama Korea yaitu *Boys Before Flowers*

2. Mengapa anda tertarik tayangan Korea ini?

Karena, lelakinya ganteng-ganteng, karena suka juga dengan musik Korea selain ganteng musiknya juga bagus.

3. Sampai saat ini artis Korea siapa anda suka?

Kyuhyun dari personelnnya Super Junior, ada yang lain mungkin SNSD, 2PM, F(X), dan EXO

4. Alasan suka dengan mereka?

Ganteng, cantik, keren, suaranya bagus, lagu-lagu dari Super Junior juga yang enak-enak didengernya.

5. Apa contoh yang pernah dilakukan sehingga mesti mengorbankan waktu dan ruang anda?

Nonton tayangan Korea, pernah sih sampe lupa waktu buat nonton drama Korea. Terakhir itu waktu itu nonton film Boys Before Flowers (BBF) dari siang malam sampai pagi. Kalo ga salah sih selesai sampai jam 3 subuh gitu, sebelumnya juga suka begitu kalau udah dapet DVD atau Soft Copy film atau musik suka langsung nonton sampai selesai.

- Macam-macam gaya hidup mahasiswa melalui Korean Wave

6. Gaya berpakaian, sampai sekarang gimana sih gaya berpakaian anda sehingga anda merasa bahwa anda benar-benar suka Korea?

Yah, ada sih, kaya jaket sama t-shirt yang sering gue pakai, kalo jaket gue punya jaket yang warnanya tuh pink terus ada tulisannya girl-generation jaketnya modelnya bagus banget model hoodie tapi gimana gitu ada variasi di bagian bawahnya gitu jadi seneng banget. Apalagi jaket itu jaket para Sone dan kalau lagi pakai itu pokonya berasa Sone banget deh. Adalagi T-shirt, T-shirnya Super Junior, warnanya biru itu bagus banget tuh, di kerah bagian belakang ada tulisannya SUJU dan didepan bagian dada ada logo ELF jadi bagus ajah kalau lagi pakai, engga norak gitu kesannya

7. Gaya berbicara, sampai saat ini apakah bisa bicara Korea?

Sedikit-sedikit sih bisa, namanya kan Hangul tuh jadi yah kadang belajar sedikit biar tahu arti lagu dan suka searching-searching gitu di website biar pas misalnya nyanyiin lagunya itu bener, terus kadang marah sama orang pakai bahasa korea gitu. Ga begitu bisa banyak sih tapi.

8. Budaya konsumsi, produk-produk apa yang sekarang sudah di miliki sebagai tanda kalau suka Korea?

Pakai handphone Samsung Android, dan itukan buatannya Korea tuh, selain sebagai fungsinya sebagai telepon, adalagi sebenarnya fungsi menarik kalau pake Samsung Android ini, bisa download aplikasi Kakao Talk, Me 2 Day terus Fan Talk jadi bisa tahu dan bisa terhubung dengan artis-artis korea tuh kayak dengan Kyuhyun personilnya Super Junior terus sama artis-artis lain lagi. Barang-barang lain yang suka dibeli selain Handphone Samsung Android, headset yang ada tulisan GG (Girl Generation) itu bagus dan lucu banget itu, jadi headsetnya itu warnanya pink kecil gitu ada tulisan GG (Girl Generation) itu lucu banget waktu itu dapetnya susah banget tuh cari-cari di took sampai cari-cari di online shop baru dapet. Habis headsetnya lucu banget sih itu unik waktu itu litany gara-gara konsernya Girl Generation semua personilnya pake itu tuh terus jadinya pengen punya deh. Terakhir ini sih yang baru dibeli Jam GG G-Shock. Itu lucu banget terus bagus banget unik tampilan LEDnya.

Jamnya bagus banget warna Pink di LED ada tulisan Girl Generation terus dibawahnya tulisan SNSD pake Hangul gitu. Paling selebihnya lebih ke aksesoris kecil ajah sih yah

9. Kenapa tidak tertarik dengan, misalnya boyband atau girlband Indonesia?

Ohh, habis ya engga menarik gitu sih kaya kalau tampil lebih banyak lipsing, gayanya plagiat banget dengan artis-artis Korea, terus emang jelek gitu sih.

10. Dari 100%, berapa persen untuk Indonesia berapa persen untuk Korea?

60% buat Korea dan 40% buat Indonesia, habis ga ada yang menarik Indonesia.

8. Nama : Nissa Ramadhani

Tanggal Wawancara : 27 Februari 2013



- Gaya hidup melalui Korean Wave

1. Kapan awal anda mengenal Korea?

Sejak kelas 3 SMP itu sekitar tahun 2009, pertama liat drama Korea Fullhouse.

2. Mengapa anda tertarik tayangan Korea ini?

Pertama sih cowok-cowoknya itu ganteng-ganteng, terus kalau lagi acting bagus, kalau lagi perform pas konser gitu bagus dan keren banget.

3. Sampai saat ini artis Korea siapa anda suka?

Suka sama Si Won dan Yesung personelnnya Super Junior.

4. Alasan suka dengan mereka?

Yah itu tadi ganteng-ganteng banget, terus suaranya bagus.

Yang pasti sih ganteng-ganteng.

5. Apa contoh yang pernah dilakukan sehingga mesti mengorbankan waktu dan ruang anda?

Kalau dulu waktu zaman SMP masih ada film Fullhouse tuh, kalau duluan diputerinnya malam, tapi lupa dulu nonton di stasiun tv apa gitu kalau ga salah sih ANTV gitu. Kan diputerinnya tengah malem gitu jadi awalnya sih tadinya kebangun dari tidur terus inget cerita temen kalau ada film rame jam 1 malam gitu yah akhirnya ketagihan nonton film it, sebab seru banget dan cerita menarik banget apalagi artis-artisnya ganteng banget lagi. Dulu masih SMP itu suka di marahin sama Umi karena sering nonton film tengah malem gitu jadi kadang nontonnya suka nyuri-nyuri gitu supaya ga ketahuan kadang volume tv dikecilin atau kadang pernah waktu itu sampai aku nontonnya pakai headset supaya bisa nonton tapi orang rumah jadi gag keganggu gitu.

- Macam-macam gaya hidup mahasiswa melalui Korean Wave

6. Gaya berpakaian, sampai sekarang gimana sih gaya berpakaian anda sehingga anda merasa bahwa anda benar-benar suka Korea?

oh, paling yah itu beli jaketnya ELF (penggemar SUJU) yang warna biru, terus ada logo ELF terus SUJU nya. Tapi emang jaketnya bagus juga sih dipakainya enak, terus kan seneng banget

bisa pakai jaket yang dipakai para penggemar SUJU. Terus kan karena aku pakai jilbab yah palingan gitu kalau ada yang lengan panjang agak tertutup gitu sih suka beli. Satu lagi palingan yah itu, kaos lengan panjang warna putih ada tulisannya SJ maksudnya Super Junior. Itu bagus banget kaosnya sih biasa ajah kaya kaos biasa tapi tulisan SJ nya itu bagus banget desainnya apalagi di belakangnya bagian paling bawah ada gambar karikatur para personel suju jadinya bagus banget tuh. Pokonya SUJU banget deh

7. Gaya berbicara, sampai saat ini apakah bisa bicara Korea?

Kalo ngomong Korea sih paling yah hanya sekedar gitu ajah sih, kalo lagi ketemu temen yang ngerti juga, sedang bercanda, terus kalau lagi sebel sama orang gitu kadang yah kadang-kadang keluar kata-kata kasar bahasa koreanya gitu terus kan mereka yang disebelin ga ngerti tuh jadi mereka itu ga sadar dengan artinya yang diomongin, palingan yah gitu ajah sih.

8. Budaya konsumsi, produk-produk apa yang sekarang sudah di miliki sebagai tanda kalau suka Korea?

Kalo barang-barang ga begitu punya banyak, ya kaya jaket *Super Junior* sama *t-shirt* ELF aja. Kalau seperti makanan-makanan khas Korea itu seneng banget dengan Toppoki kaya semacam sayuran yang dibikin tumis gitu rasanya yah enak sih.

9. Kenapa tidak tertarik dengan, misalnya boyband atau girlband Indonesia?

Sebenarnya bukan engga tertarik sih, Cuma karena kalo yang versi Indonesia itu keliatan banget sama nyonteknya, terus apalagi kalau pentas suka lipsing, ya kesannya cuma bisa joget-joget ajah sih terus muka aga chinesse gitu.

10. Dari 100%, berapa persen untuk Indonesia berapa persen untuk Korea?

Tetep buat dan cinta Indonesia yah kalau suka dengan Korea sih paling sekitar 30% ajah.

9. Nama : Hegar Aditya

Tanggal Wawancara : 2 Maret 2013



- Gaya hidup melalui Korean Wave

1. Kapan awal anda mengenal Korea?

Sejak kelas 2 SMP tahun 2008, pertama liat drama Korea *Endless Love* lumayan seru sih film nya terus malah penasaran dengan film-film korea yang lainnya.

2. Mengapa anda tertarik tayangan Korea ini?

Dari ceritanya yang ga berlebihan pemainnya yang cantik-cantik terus seting latar dan gaya aktingnya juga bagus banget. Kalo sekarang sih lebih tertarik sama Super Junior, soalnya keren-keren, lagunya asyik enak didenger,

3. Sampai saat ini artis Korea siapa anda suka?

Suka sama choi SI Won Super Junior.

4. Alasan suka dengan mereka?

Yah itu tadi keren gayanya stylist banget, model rambutnya bagus terus suaranya juga bagus di *Super Junior*.

5. Apa contoh yang pernah dilakukan sehingga mesti mengorbankan waktu dan ruang anda?

Nonton SM Town waktu September 2012 kemaren. Itu sampe bela-belain ga masuk yang hari juma't nginep di Jakarta nya dari hari jum'at. Belum lagi mesti ngumpulin uangnya juga buat beli tiketnya ajah 500 ribu.

- Macam-macam gaya hidup mahasiswa melalui Korean Wave

6. Gaya berpakaian, sampai sekarang gimana sih gaya berpakaian anda sehingga anda merasa bahwa anda benar-benar suka Korea?

Pakai jaketnya *Super Junior* yang warnanya itu biru ada tulisan ELF dengan logonya itu bagus banget, jadi kalo ke kampus selalu pakai jaket itu celana dibuat begi biar kaya para personel *Super Junior*. Yah palingan itu ajah sih yang sering pakai jaket nya *Super Junior*

7. Gaya berbicara, sampai saat ini apakah bisa bicara Korea?

Ga begitu bisa sih, tapi kalau sedikit-sedikit sih tahu paling liriknya lagu-lagu *Super Junior* gitu kaya Bonamana, Coagulation, sama Boom-boom.

8. Budaya konsumsi, produk-produk apa yang sekarang sudah di miliki sebagai tanda kalau suka Korea?

Pakai handphone *LG* yang diiklanin sama *Super Junior*, itu ada aplikasi untuk tahu update terbaru dari artis-artis korea, khususnya *Super Junior* kaya *Kakao Talk*, *Cyworld*, *Fan Page*. Jadinya enak ajah kalau udah aplikasi bawaan handphone. Punya jaketnya *ELF* itu *original official* langsung dari Korea, dan dapetnya susah banget dan engga murah. Sepatu model Sneakers yang suka dipakai *Super Junior*, yah paling selebihnya sih kaya pernak-pernik asesoris *Super Junior* kaya kalung, kaos kaki, headset, sabuk, sama tas semuanya ada tulisan *Super Junior* nya. Itu bagus-bagus banget

9. Kenapa tidak tertarik dengan, misalnya boyband atau girlband Indonesia?

Wah, aneh-aneh kalo yang Indonesia, keliatan banget ngikutinnya, yah terus lagi untuk kostum dandanan segala ga detail kaya artis-artis Korea jadi ga asik banget diliatnya.

10. Dari 100%, berapa persen untuk Indonesia berapa persen untuk Korea?

Kaya lebih bagus Korea deh ketimbang Indonesia apalagi pengen banget bisa ke Korea liat latar yang suka dijadiin tempat syuting film-filmnya. 80% Korea 20% Indonesia.

10. Nama : Windy Saraswati Pratiwi

Tanggal Wawancara : 4 Maret 2013



- Gaya hidup melalui Korean Wave

1. Kapan awal anda mengenal Korea?

Mulai suka Korea itu pas kelas 3 SMA itu sekitar tahun 2009, nonton drama Korea Boys Before Flowers.

2. Mengapa anda tertarik tayangan Korea ini?

Pertama nonton itu filmnya BBF itu dikasih tahu temen, awal-awalnya kurang begitu suka tapi pas liat artis-artis yang jadi pemainnya itu ganteng-ganteng yah mulai suka gitu, apalagi kalau pas bagian aktingnya Lee Min Ho itu ganteng banget, keren banget dengan gayanya yang cool gitu.

3. Sampai saat ini artis Korea siapa anda suka?

Itu tadi Lee Min Ho, dia ganteng banget sih soalnya. .

4. Alasan suka dengan mereka?

Ganteng banget, model rambutnya bagus, pakaiannya stylist banget, aktingnya juga bagus.

5. Apa contoh yang pernah dilakukan sehingga mesti mengorbankan waktu dan ruang anda?

Paling lama nonton itu, nonton DVD drama Dream High, waktu itu nonton dari jam 10 pagi baru selesai nonton jam 9 malem. Dan waktu itupun mamah sempet tanya nonton apa, yah ketika dibilang nonton film Korea sih biasa-biasa aja, tapi pas lama-lama liat kalo nontonya sampe malem waktu itu jam 9 malem gitu deh, yah mamah marah-marah karena dianggapnya engga tahu waktu engga berenti-berenti nontonya. Dan sampai saat ini pun kalau lagi nonton drama, kan drama itu lama tuh jadi mau engga mau harus luangin waktu biar nontonya bisa sampai selesai dan itutuh terkadang mamah suka marah-marah dan akhirnya kalau nonton itu kamarnya dikunci, terus kalau ditanya sedang apa sedang belajar pokoknya gitu deh gimana caranya supaya bisa nonton sampai selesai.

- Macam-macam gaya hidup mahasiswa melalui Korean Wave

6. Gaya berpakaian, sampai sekarang gimana sih gaya berpakaian anda sehingga anda merasa bahwa anda benar-benar suka Korea?

Untuk pakaian sih sukanya yah standar sih pakai t-shirtnya *Super Junior* kan lumayan suka sedikit dengan *Super Junior*, ad juga *dress* yang mirip banget sama yang dipakai sama Yona

SNSD itu lucu banget biasanya dress nya dipake kalao main aja ga buat ke kampus.

7. Gaya berbicara, sampai saat ini apakah bisa bicara Korea?

Waduh, belum bisa, Cuma tahu halo itu annyeong haseo sama terima kasih itu kamsa hamida ajah. Itu ajah paling.

8. Budaya konsumsi, produk-produk apa yang sekarang sudah di miliki sebagai tanda kalau suka Korea?

Barang-barang yang suka dibeli sih banyak banget yah sampe-sampe mamah itu bilang jadi boros banget buat belanjaan uang jajan bulanannya, terus kadang suka sampe bela-belain nabung dulu buat belinya. Yang paling banyak sampe sekarang ini sih pernah-perniknya Shinee gitu yah. Itu bagus terus lucu-lucu banget. Kaya ada gantungan kuncinya bentuknya tulisan Shinee, kalung tulisan Shinee, baju sama dress Shinee ada lagi terus kaos kakinya punya yang ada gambar karikaturnya SNSD itu lucu banget bawahnya warna putih terus atasnya warna pink nya SNSD banget, terus punya juga produk kecantikannya yang suka dipake itu seperti alat make up kaya produknya BB Cream itu sering banget dibeli yah paling alas bedak, habis harganya yang lumayan mahal juga. Kalau untuk handphone sih aku pakainya sekarang ini Blackberry soalnya dibelinya sama mamah Blackberry tapi yah gapapa masih tetep bisa buat browsing buat liat-liat berita artis-artis Korea kok.

9. Kenapa tidak tertarik dengan, misalnya boyband atau girlband Indonesia?

Gimana yah,, soalnya alay gitu sih mereka. Nyanyi pas pentas aja lipsing gayanya niru dengan girl band Korea, engga banget deh pokoknya.

10. Dari 100%, berapa persen untuk Indonesia berapa persen untuk Korea?

70% buat Korea 30% untuk Indonesia. Di Indonesia ga tau mana yang menarik, kalao Korea itu kayanya bagus-bagus semua deh ga ada yang gagal film, music sama produk-produknya juga bagus-bagus.

11. Nama : Esa Zamelia

Tanggal Wawancara : 4 Maret 2013



- Gaya hidup melalui Korean Wave

1. Kapan awal anda mengenal Korea?

Dari kelas 1 SMA itu tahun 2008... pertama nonton itu bareng mamah nonton film *Endless Love*.

2. Mengapa anda tertarik tayangan Korea ini?

Dari nonton *Endless Love* terus pengen liat film-film korea lain lagi jadi nonton kaya film *Winter Sonata*, *Fullhouse*, *BBF*, sama sekarang lagi suka banget sama *boyband Block B*.

3. Sampai saat ini artis Korea siapa anda suka?

Woo Jiho, itu sumpah ganteng banget, dari semua artis Korea yang paling ganteng Cuma Jiho deh kayanya, udah gitu penampilannya keren banget, *dance* bagus terus suaranya emang enak banget. Ada Taemin personil *Shinee* sama Lee Min Hoo yang main di film *BBF* itu lumayan ganteng juga.

4. Alasan suka dengan mereka?

Ganteng, cool, keren, terus kalo lagi perform total banget jadi diliatnya tuh enak juga, apalagi kalau Jiho sedang pentas itu total banget deh diliatnya udah ganteng jago dance pinter nyanyi lagi. Kalao Lee Min Hoo yah karena pertama ganteng terus aktingnya juga bagus-bagus banget.

5. Apa contoh yang pernah dilakukan sehingga mesti mengorbankan waktu dan ruang anda?

Bela-belain ga masuk kelas buat nonton konser-konsernya Block B di Laptop, sebenarnya sih ga niat buat ga masuk kelas, cuma itu kan nontonya di kanting belakang kampus tuh terus agak sedikit lupa pas inget udah yakin terlambat yah terusnya yah mending diterusin ajah nonton konser-konser Block B nya .

- Macam-macam gaya hidup mahasiswa melalui Korean Wave

6. Gaya berpakaian, sampai sekarang gimana sih gaya berpakaian anda sehingga anda merasa bahwa anda benar-benar suka Korea?

Celana model Begi, jaket Boy Band Block B dan sepatu sneakers yang suka dipakai personel Block B paling yah kalo buat pakaian gitu. Aku kan suka banget tuh sama Block B jadi yah aku sih seneng banget bisa pakai kaya jaket Block B, jaketnya itu warnanya hitam model hoodie gitu dengan didepannya ada logo terus tulisan Block B nya yang khas banget dengan warnanya terus ada tulisan Block B di kudung kepalanya gitu, itu keren banget deh pokoknya. Agak ramai sih coretan-coretannya tapi ga alay

gitu. Ada lagi sepatu sneakersnya yang biasanya tuh Block B pakai, itu lucu gitu walau dipakai sama lelaki karena personelnnya Block B semuanya Lelaki tapi dipakai sama aku tuh kayanya bagus gitu modelnya. Terus kalo celana sih emang kan sekarang lagi modelnya begi gitu yah palingan gitu aku buat begi celana-celana aku sekarang.

7. Gaya berbicara, sampai saat ini apakah bisa bicara Korea?

Sebenerya awalnya tertarik untuk belajar Hangul tuh pas dengerin lagu-lagunya Block B karenakan suka banget tuh lagunya Block B, dan disitu sering denger lagunya terus searching di website buat liat liriknya gitu dan akhirnya banyak lagu Block B yang sudah hafal tuh tapi kan bingung juga dan penansaran banget buat tahu artinya. Dan akhirnya disitu lah mulai belajar Hangul terus aku ikut kelas privatnya Hangul tuh di Cilegon ka nada yah aku sekarang sih sedikit banyak tahu tentang Hangul dan sekarang sih suka ngajarin temen-temen HAC Hangul gitu, kita kalo ketemuan suka pakai Hangul terus apalagi kalo lagi Gathering gitu paling seru tuh. Karena kumpul semua anggota HAC dan biasanya dibarengin sama rekrutan anggota baru disitu tuh kami lebih banyak ngomong Korea ketimbang bahasa Indonesia, jadinya seru banget.

8. Budaya konsumsi, produk-produk apa yang sekarang sudah dimiliki sebagai tanda kalau suka Korea?

Kaya itu tadi baju dan sepatu sneakers, Cuma ada beberapa barang lain. Handphone pakai Samsung Android ini pas banget nih sengaja beli karena awalnya cuma pengen biar browsingnya gampang ajah sih, bisa liat video clip Block B, browsing tentang Block B dan artis lainnya, dan gataunya ternyata ada aplikasi jejaring sosial lain selain facebook dan twitter yang bisa buat kita tahu aktifitas para artis Korea tuh khususnya Block B itu ada Korea Cyworld, Me 2 Day, Kakao Talk, Line, Star Call dan itu semua menarik banget. Bisa tahu tentang aktifitas apa saja yang sedang dilakuin dengan artis-artis Korea gitu. Kalau barang-barang sih ada Poster, DVD, Headset, Jaket, Majalah, sama gantungan-gantungan kunci gitu. Yang paling seneng banget sih pas punya headset merk Dr.Dre Beast itu, itu seneng banget selain suaranya jernih buat dengerin music, headset ini susah dan mahal banget buat dapetnya, biasanya yang suka pakai tuh Taemin personel Shinee. Itu seneng banget pas punya headset itu.

9. Kenapa tidak tertarik dengan, misalnya boyband atau girlband Indonesia?

Ga tau kenapa emang ga ada yang tertarik, ada sih boyband Indonesia tapi emang dia dilatih di Korea itu namanya S Four yah itu juga lumayan keren lah dikit.

10. Dari 100%, berapa persen untuk Indonesia berapa persen untuk Korea?

80% Indonesia 20% Korea. Kalo yang Indonesia banyaknya plagiat gitu sih jadinya jatohnya malah ilfil gitu nontonnya.

12. Nama : Adela Santa Perdana

Tanggal Wawancara : 5 Maret 2013



- Gaya hidup melalui Korean Wave

1. Kapan awal anda mengenal Korea?

Sejak Sma kelas 2 itu tahun 2009. .

2. Mengapa anda tertarik tayangan Korea ini?

Awalnya nonton BBF di TV seru gitu ceritanya apalagi artisnya ganteng-ganteng sama cantik-cantik banget itu.

3. Sampai saat ini artis Korea siapa anda suka?

Kim Bum sama Jong Hyun mereka para personelnnya Shinee.

4. Alasan suka dengan mereka?

Secara fisik ganteng, cute, cool, pokoknya keren, apa lagi kalo lagi pada pentas , ganteng-ganteng banget.

5. Apa contoh yang pernah dilakukan sehingga mesti mengorbankan waktu dan ruang anda?

Pernah nonton lama itu pas nonton DVD dramanya You're Beautiful, itu filmnya seru banget tuh apalagi pas bagian Tae Kyung sedang acting, itu ganteng banget dan bagus banget aktingnya. Waktu itu nonton drama You're Beautiful dari jam 8 malem sampai jam 4 gitu. Nontonnya waktu itu awalnya sih ditemenin sama adik, tapi adiknya ga kuat nonton terus ketiduran dan akhirnya Gue nonton sendirian dan kalau ga salah itu baru selesai sampai jam 4 subuh. .

- Macam-macam gaya hidup mahasiswa melalui Korean Wave

6. Gaya berpakaian, sampai sekarang gimana sih gaya berpakaian anda sehingga anda merasa bahwa anda benar-benar suka Korea?

Kalo pakaian sih biasa-biasa aja, tapi kami HAC punya hanbok, biasanya suka dipakai buat acara gathering kegiatannya HAC, terus kalau ada yang sewa pun buat pementasannya kami sewakan juga, untuk hanbok sampai saat ini sih kami baru memiliki 1 jadi biasanya kalau pas gathering itu pakainya bergantian kalau mau foto atau hanya sekedar merasakan rasanya mengenakan Hanbok. Selain Hanbok kami juga biasanya kalau mengadakan acara gathering karna saya divisi Cover Dance. Saya membuat suatu Musik Dance ataupun parody yang dimainkan oleh anggota HAC dan biasanya pakaian-pakaiannya diusahakan mirip

dengan apa yang biasa ditayangkan, seperti contohnya saja kisah perjalanan sukses SNSD menuju kesuksesan itu kan ga mudah tuh mereka untuk sampai sesukses saat ini, dan kami buat parodinya dan pakaian-pakaiannya kami buat mirip seperti ketika mereka pentas.

7. Gaya berbicara, sampai saat ini apakah bisa bicara Korea?

Ya, kadang-kadang sih gitu ngomong sama temen-temen HAC pakai Hangul, biasanya tuh bahas-bahas lagu Korea kan biasanya lagu korea itu hangul tuh, sekarang sih sedikit tahu tentang bahasa-bahasa Korea kaya ucapan-ucapan halo kalau lagi ketemu trus ucapan terima kasih dan lain-lain gitu deh pokoknya. Paling senang itu kalo lagi ada kelas Hangul HAC tuh. Jadi kita disitu tuh saling share tentang bahasa-bahasa korea disitu yang paling ngerti banget ngajarin temen-temen hangul.

8. Budaya konsumsi, produk-produk apa yang sekarang sudah di miliki sebagai tanda kalau suka Korea?

Koleksi majalah, video musik, poster semuanya yang ada Shinee pasti kadang-kadang suka di beli, ada juga *goodie bag* Big Bang sama Shinee, gantungan kunci Beast, handphone Samsung.

9. Kenapa tidak tertarik dengan, misalnya boyband atau girlband Indonesia?

Ilfil.

10. Dari 100%, berapa persen untuk Indonesia berapa persen untuk Korea?

60% Korea dan 40% Indonesia.