

BAB I

PENDAHULUAN

A. DASAR PEMIKIRAN

Globalisasi telah menjadi salah satu faktor utama yang mendorong terjadinya pertukaran budaya antar masyarakat di berbagai belahan dunia. Perkembangan teknologi komunikasi, informasi, dan transportasi memungkinkan batas-batas geografis antarnegara semakin terbuka sehingga proses penyebaran budaya berlangsung lebih cepat dibanding periode sebelumnya. Dalam konteks tersebut, globalisasi tidak hanya berkaitan dengan hubungan ekonomi maupun politik, tetapi juga mencakup penyebaran nilai, gaya hidup, hiburan, Bahasa, dan berbagai produk budaya yang melintasi batas negara. Menurut Tomlinson (1999), globalisasi budaya merupakan suatu proses meningkatnya keterhubungan antarbangsa yang menyebabkan budaya lokal dan budaya asing saling berinteraksi serta mempengaruhi satu sama lain. Interaksi tersebut menghasilkan berbagai bentuk pertukaran budaya yang kemudian membentuk pola konsumsi budaya baru di masyarakat. Oleh karena itu, globalisasi menjadi landasan penting dalam memahami munculnya berbagai fenomena budaya populer lintas negara, termasuk penyebaran budaya populer Korea Selatan atau *Hallyu*, yang kemudian berkembang menjadi salah satu fenomena budaya global pada abad ke-21 (Tomlinson, 1999).

Perkembangan globalisasi juga membawa perubahan terhadap industri budaya yang semakin berorientasi pada pasar internasional. Produk budaya tidak lagi di produksi hanya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat domestik, tetapi juga dirancang sebagai komoditas yang memiliki nilai ekonomi sekaligus mampu membangun citra suatu negara di tingkat global. Dalam kondisi tersebut, budaya populer berkembang menjadi salah satu instrumen penting dalam persaingan industri kreatif antarnegara. Pemerintah Korea Selatan melihat potensi tersebut sebagai peluang untuk memperkuat daya saing nasional melalui pengembangan industri hiburan yang terintegrasi dengan kebijakan ekonomi dan diplomasi budaya. Kim (2013) menjelaskan bahwa budaya

populer Korea tidak berkembang secara alami semata, melainkan didukung oleh strategi pemerintah dan pelaku industri yang secara sistematis mempromosikan produk budaya Korea ke pasar internasional. Dengan demikian, budaya populer Korea tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga menjadi bagian dari strategi nasional dalam meningkatkan pengaruh Korea Selatan di berbagai negara (Kim, 2013).

Kemunculan *Hallyu* tidak dapat dilepaskan dari kondisi sosial, politik, dan ekonomi Korea Selatan setelah berakhirnya krisis ekonomi Asia pada akhir 1990-an. Krisis tersebut mendorong pemerintah Korea Selatan untuk mencari sektor ekonomi baru yang mampu meningkatkan pendapatan negara sekaligus memperbaiki citra nasional di mata dunia. Salah satu langkah yang ditempuh adalah memberikan perhatian lebih terhadap pengembangan industri budaya melalui investasi pada sektor perfilman, musik, drama televisi, animasi, dan berbagai bentuk industri kreatif lainnya. Kebijakan tersebut kemudian melahirkan gelombang budaya Korea atau *Hallyu* yang secara bertahap memperoleh perhatian masyarakat internasional. Menurut Jin (2016), keberhasilan *Hallyu* merupakan hasil dari perpaduan antara perkembangan teknologi digital, sistem industri hiburan yang terorganisasi, serta dukungan pemerintah Korea Selatan dalam memperluas distribusi produk budaya ke pasar global. Dengan kata lain, *Hallyu* merupakan hasil dari proses yang melibatkan kepentingan ekonomi, budaya, dan politik sehingga menjadikannya salah satu fenomena budaya transnasional yang paling berpengaruh pada abad ke-21 (Jin, 2016).

Salah satu produk budaya yang mengalami perkembangan paling pesat dalam arus *Hallyu* adalah musik populer Korea atau K-pop. Berbeda dengan musik populer pada umumnya, K-pop dikembangkan melalui sistem industri hiburan yang terstruktur, mulai dari proses perekrutan calon idol, pelatihan, produksi musik, hingga strategi pemasaran global. Hal tersebut menjadikan K-pop tidak hanya dipahami sebagai karya seni atau hiburan, tetapi juga sebagai komoditas budaya yang diproduksi secara profesional untuk menjangkau pasar internasional. Menurut Lee dan Nornes (2016), perkembangan K-pop pada era digital menunjukkan bahwa industri hiburan Korea Selatan berhasil

memanfaatkan kemajuan media digital dan platform daring untuk memperluas distribusi produk budaya sekaligus membangun hubungan yang lebih dekat dengan penggemar di berbagai negara. Keberhasilan tersebut kemudian menjadikan K-pop sebagai salah satu representasi utama *Hallyu* yang mampu memperkenalkan budaya, bahasa, gaya hidup, hingga identitas Korea Selatan kepada masyarakat dunia. Dalam konteks ini, K-pop tidak hanya diposisikan sebagai produk hiburan, tetapi juga sebagai bagian dari komoditas budaya yang berkontribusi terhadap peningkatan pengaruh budaya Korea Selatan di tingkat global (Lee & Nornes, 2016).

Salah satu produk budaya yang mengalami perkembangan paling pesat dalam arus *Hallyu* adalah musik populer Korea atau K-pop. Berbeda dengan musik populer pada umumnya, K-pop dikembangkan melalui sistem industri hiburan yang terstruktur, mulai dari proses perekrutan calon idol, pelatihan, produksi musik, hingga strategi pemasaran global. Hal tersebut menjadikan K-pop tidak hanya dipahami sebagai karya seni atau hiburan, tetapi juga sebagai komoditas budaya yang diproduksi secara profesional untuk menjangkau pasar internasional. Menurut Lee dan Nornes (2016), perkembangan K-pop pada era digital menunjukkan bahwa industri hiburan Korea Selatan berhasil memanfaatkan kemajuan media digital dan platform daring untuk memperluas distribusi produk budaya sekaligus membangun hubungan yang lebih dekat dengan penggemar di berbagai negara. Keberhasilan tersebut kemudian menjadikan K-pop sebagai salah satu representasi utama *Hallyu* yang mampu memperkenalkan budaya, bahasa, gaya hidup, hingga identitas Korea Selatan kepada masyarakat dunia. Dalam konteks ini, K-pop tidak hanya diposisikan sebagai produk hiburan, tetapi juga sebagai bagian dari komoditas budaya yang berkontribusi terhadap peningkatan pengaruh budaya Korea Selatan di tingkat global (Lee & Nornes, 2016).

Keberhasilan *Hallyu* sebagai fenomena budaya global mendorong penyebarannya ke berbagai negara di Asia, termasuk Indonesia. Pada awal perkembangannya, *Hallyu* lebih dahulu dikenal melalui drama televisi yang mulai dipasarkan ke berbagai negara Asia pada akhir 1990-an hingga awal 2000-an. Keberhasilan drama-drama Korea dalam menarik perhatian

masyarakat internasional menjadi pintu masuk bagi penyebaran produk budaya Korea lainnya, seperti musik populer, film, kuliner, kosmetik, hingga bahasa Korea. Menurut Kim (2013), keberhasilan *Hallyu* di berbagai negara Asia tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk budaya yang ditawarkan, tetapi juga didukung oleh perkembangan teknologi komunikasi dan strategi distribusi media yang semakin luas. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa penyebaran *Hallyu* merupakan bagian dari proses globalisasi budaya yang memungkinkan masyarakat di berbagai negara mengakses budaya Korea Selatan dengan lebih mudah. Dalam perkembangannya, keberhasilan *Hallyu* di kawasan Asia kemudian menjadi fondasi penting bagi ekspansi budaya populer Korea ke berbagai kawasan lain di dunia serta memperkuat posisi Korea Selatan sebagai salah satu negara dengan pengaruh budaya yang semakin besar dalam percaturan global (Kim, 2013; Jin, 2016).

Di Indonesia, proses masuknya *Hallyu* diawali dengan ditayangkannya drama Korea di stasiun televisi nasional pada awal dekade 2000-an. Drama seperti *Endless Love* dan *Winter Sonata* memperoleh respons positif dari masyarakat Indonesia karena menghadirkan alur cerita, nilai-nilai budaya, serta gaya visual yang berbeda dibandingkan tayangan televisi dari negara lain yang lebih dahulu populer. Kehadiran drama Korea tersebut menjadi titik awal meningkatnya perhatian masyarakat Indonesia terhadap budaya Korea Selatan. Meskipun penelitian ini memfokuskan pembahasan pada perkembangan *Hallyu* K-pop sejak tahun 2007, periode tahun 2002 tetap memiliki arti penting karena menjadi fase awal terbentuknya ketertarikan masyarakat Indonesia terhadap budaya Korea. Dengan kata lain, keberhasilan drama Korea membuka jalan bagi masuknya berbagai produk budaya Korea lainnya, termasuk musik populer atau K-pop, yang pada tahun-tahun berikutnya berkembang semakin pesat di Indonesia. Oleh sebab itu, perkembangan *Hallyu* di Indonesia tidak dapat dilepaskan dari keberhasilan drama Korea dalam membangun citra positif Korea Selatan di mata masyarakat Indonesia (Amellita, 2010; Azzaria, 2018).

Perkembangan *Hallyu* K-pop di Indonesia mulai menunjukkan peningkatan yang signifikan sejak sekitar tahun 2007 seiring dengan semakin populernya grup-grup K-pop generasi kedua, seperti TVXQ, Super Junior, BIGBANG,

Wonder Girls, dan Girls' Generation. Pada periode ini, K-pop mulai dikenal oleh kalangan remaja Indonesia melalui berbagai media, seperti televisi, internet, majalah hiburan, serta forum daring yang menjadi ruang utama bagi para penggemar untuk memperoleh informasi mengenai idol dan grup favorit mereka. Berbeda dengan perkembangan drama Korea yang lebih dahulu dikenal masyarakat luas, K-pop pada awal kemunculannya masih dinikmati oleh kelompok masyarakat tertentu yang memiliki ketertarikan khusus terhadap budaya Korea Selatan. Kondisi tersebut menyebabkan K-pop pada periode awal lebih tepat dipahami sebagai sebuah *subculture*, yaitu budaya yang berkembang dalam komunitas tertentu dan belum sepenuhnya diterima oleh masyarakat secara luas.

Seiring berkembangnya popularitas K-pop di Indonesia, mulai terbentuk berbagai komunitas penggemar atau *fandom* yang menjadi salah satu unsur penting dalam penyebaran Hallyu. *Fandom* merupakan komunitas yang terbentuk atas dasar ketertarikan bersama terhadap tokoh, grup, atau karya budaya tertentu, sehingga para anggotanya tidak hanya berperan sebagai penikmat, tetapi juga aktif membangun jaringan komunikasi, berbagi informasi, serta mendukung aktivitas idol yang mereka sukai. Dalam konteks K-pop, perkembangan *fandom* menjadi faktor yang mempercepat penyebaran budaya Korea karena para penggemar secara sukarela menerjemahkan informasi, menyebarkan konten, mengadakan kegiatan bersama, hingga memperkenalkan K-pop kepada masyarakat yang lebih luas. Pada periode awal, aktivitas tersebut banyak dilakukan melalui forum internet seperti Kaskus, blog pribadi, Facebook, hingga Twitter yang mulai berkembang sebagai media komunikasi antarpenggemar. Menurut Nuranisa (2015), media baru memberikan ruang bagi terbentuknya identitas kolektif di kalangan penggemar K-pop sehingga *fandom* tidak hanya berfungsi sebagai komunitas sosial, tetapi juga menjadi salah satu agen yang berkontribusi terhadap semakin luasnya penyebaran Hallyu di Indonesia. Perkembangan komunitas penggemar inilah yang kemudian menjadi salah satu karakteristik penting yang menunjukkan posisi K-pop sebagai *subculture* pada periode awal perkembangannya di Indonesia.

Perkembangan teknologi digital pada dekade 2010-an menjadi salah satu faktor penting yang mempercepat penyebaran Hallyu K-pop di berbagai negara, termasuk Indonesia. Berbeda dengan periode sebelumnya yang masih bergantung pada media konvensional seperti televisi dan majalah, kemunculan platform digital memungkinkan masyarakat memperoleh akses terhadap musik, video, dan berbagai informasi mengenai K-pop secara lebih cepat dan mudah. Kehadiran YouTube, Facebook, Twitter, Instagram, serta berbagai layanan *streaming* musik mengubah pola konsumsi masyarakat terhadap produk budaya Korea Selatan. Penggemar tidak lagi hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga berperan aktif dalam menyebarkan berbagai konten K-pop melalui media sosial sehingga memperluas jangkauan *Hallyu* ke berbagai lapisan masyarakat. Menurut Jin (2016), perkembangan teknologi digital telah mengubah sistem distribusi budaya populer Korea Selatan dengan menciptakan ruang komunikasi yang lebih terbuka antara industri hiburan, idol, dan penggemar di berbagai negara. Kondisi tersebut mempercepat proses globalisasi budaya sekaligus memperluas pasar industri hiburan Korea Selatan. Dalam konteks Indonesia, perkembangan media digital menjadi salah satu faktor yang menyebabkan K-pop tidak lagi hanya dikenal oleh komunitas tertentu, tetapi mulai diterima oleh masyarakat yang lebih luas sehingga membuka jalan bagi transformasinya menuju budaya populer (*pop culture*) (Jin, 2016).

Keberhasilan penyebaran K-pop melalui media digital tidak terlepas dari karakteristiknya sebagai komoditas budaya (*cultural commodity*) yang diproduksi melalui sistem industri budaya Korea Selatan. Dalam industri tersebut, musik, drama, film, maupun berbagai produk budaya lainnya diperlakukan sebagai komoditas yang memiliki nilai ekonomi sekaligus nilai strategis dalam membangun citra negara. Pemerintah Korea Selatan bersama pelaku industri hiburan mengembangkan sistem produksi yang terintegrasi, mulai dari perekrutan calon idol, pelatihan, produksi konten, hingga pemasaran global yang disesuaikan dengan karakteristik pasar internasional. Dengan strategi tersebut, K-pop berhasil berkembang menjadi salah satu produk budaya Korea Selatan yang memiliki daya saing tinggi di tingkat global. Kim (2013) menjelaskan bahwa keberhasilan industri budaya Korea Selatan merupakan

hasil dari sinergi antara pemerintah dan sektor industri dalam mengembangkan budaya populer sebagai salah satu sektor ekonomi kreatif yang mampu meningkatkan daya saing nasional. Oleh karena itu, perkembangan K-pop tidak hanya dipahami sebagai keberhasilan industri hiburan semata, tetapi juga sebagai bagian dari strategi nasional Korea Selatan dalam memperluas pengaruh budayanya melalui komoditas budaya yang dapat diterima oleh masyarakat internasional (Kim, 2013).

Pengembangan industri budaya tersebut kemudian berkaitan erat dengan strategi diplomasi budaya (*cultural diplomacy*) yang dijalankan oleh pemerintah Korea Selatan. Diplomasi budaya merupakan salah satu bentuk diplomasi publik yang memanfaatkan unsur-unsur budaya sebagai sarana untuk memperkenalkan identitas nasional, membangun citra positif negara, serta mempererat hubungan dengan masyarakat internasional. Dalam praktiknya, *Hallyu* menjadi salah satu instrumen penting yang digunakan Korea Selatan untuk meningkatkan pengaruh budaya sekaligus memperluas kerja sama dengan berbagai negara. Melalui penyebaran musik, drama, film, kuliner, bahasa, dan berbagai produk budaya lainnya, Korea Selatan berhasil membangun ketertarikan masyarakat internasional terhadap negaranya tanpa menggunakan pendekatan politik maupun militer. Nye (2004) menjelaskan bahwa kemampuan suatu negara untuk memengaruhi negara lain melalui daya tarik budaya merupakan bagian dari konsep *soft power*. Dalam konteks tersebut, *Hallyu* menjadi salah satu bentuk implementasi *soft power* Korea Selatan yang memanfaatkan budaya populer sebagai sarana diplomasi untuk memperkuat hubungan internasional serta meningkatkan citra negara di mata dunia (Nye, 2004).

Hubungan diplomatik yang telah terjalin antara Indonesia dan Korea Selatan sejak tahun 1973 menjadi salah satu faktor yang mendukung semakin berkembangnya *Hallyu* di Indonesia. Hubungan bilateral kedua negara tidak hanya mencakup kerja sama di bidang ekonomi dan politik, tetapi juga berkembang ke bidang pendidikan, kebudayaan, pariwisata, dan industri kreatif. Salah satu bentuk nyata dari kerja sama tersebut adalah berdirinya *Korean Cultural Center (KCC)* Indonesia pada tahun 2011 yang berfungsi sebagai pusat

promosi budaya Korea Selatan di Indonesia. Melalui berbagai program seperti kursus bahasa Korea, pameran budaya, festival, pertunjukan seni, hingga kegiatan edukasi mengenai Korea Selatan, KCC berperan dalam memperkenalkan budaya Korea kepada masyarakat Indonesia secara lebih luas. Selain KCC, berbagai perjanjian kerja sama di bidang kebudayaan dan pendidikan turut memperkuat hubungan masyarakat kedua negara sehingga mempercepat penyebaran *Hallyu* di Indonesia. Menurut Paat (2019), diplomasi budaya yang dilakukan Korea Selatan melalui berbagai institusi kebudayaan dan kerja sama bilateral menunjukkan bahwa penyebaran *Hallyu* bukan hanya merupakan fenomena budaya populer, tetapi juga bagian dari strategi hubungan internasional yang dirancang untuk memperkuat posisi Korea Selatan di tingkat global. Dengan demikian, perkembangan *Hallyu* di Indonesia tidak hanya dipengaruhi oleh popularitas produk budayanya, tetapi juga oleh dukungan hubungan bilateral yang semakin erat antara Indonesia dan Korea Selatan.

Perkembangan media digital, industri budaya Korea Selatan, serta diplomasi budaya yang semakin intensif pada akhirnya mendorong perubahan posisi *Hallyu* K-pop di Indonesia dari sebuah *subculture* menjadi bagian dari *pop culture*. Pada awal perkembangannya, K-pop hanya dikenal dan dikonsumsi oleh kelompok masyarakat tertentu yang memiliki ketertarikan khusus terhadap budaya Korea Selatan. Namun, seiring dengan meningkatnya akses masyarakat terhadap berbagai platform digital serta semakin seringnya produk budaya Korea muncul dalam kehidupan sehari-hari, jangkauan K-pop menjadi semakin luas dan tidak lagi terbatas pada komunitas penggemar. Kehadiran grup-grup K-pop generasi ketiga seperti *EXO*, *BTS*, *BLACKPINK*, *TWICE*, dan *SEVENTEEN* turut mempercepat peningkatan popularitas *Hallyu* di Indonesia melalui berbagai platform digital maupun media arus utama. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penyebaran K-pop mengalami perubahan yang signifikan, baik dari segi jumlah penggemar maupun penerimaan masyarakat terhadap budaya populer Korea Selatan. Dengan demikian, transformasi K-pop di Indonesia tidak terjadi secara tiba-tiba, melainkan merupakan hasil dari proses perkembangan yang berlangsung secara bertahap

melalui interaksi antara globalisasi budaya, perkembangan teknologi digital, serta strategi industri budaya Korea Selatan.

Transformasi tersebut dapat dilihat melalui berbagai indikator yang menunjukkan semakin kuatnya posisi *Hallyu* K-pop dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Produk budaya Korea Selatan tidak lagi terbatas pada musik atau drama, tetapi berkembang ke berbagai sektor lain seperti fashion, kosmetik, kuliner, bahasa, pariwisata, hingga gaya hidup masyarakat. Kehadiran idol K-pop sebagai duta merek (*brand ambassador*) bagi perusahaan-perusahaan di Indonesia, penyelenggaraan konser berskala internasional, meningkatnya jumlah komunitas *dance cover*, serta semakin banyaknya institusi pendidikan yang membuka program pembelajaran bahasa Korea menjadi beberapa contoh yang menunjukkan bahwa budaya Korea telah diterima secara lebih luas oleh masyarakat Indonesia. Selain itu, pemberitaan mengenai K-pop yang semakin sering muncul dalam media arus utama juga memperlihatkan bahwa fenomena tersebut tidak lagi dipandang sebagai budaya yang hanya dikonsumsi oleh kelompok tertentu, melainkan telah menjadi bagian dari budaya populer yang dikenal oleh berbagai lapisan masyarakat. Perubahan tersebut menjadi salah satu indikator penting yang menunjukkan proses transformasi *Hallyu* K-pop dari *subculture* menuju *pop culture* di Indonesia.

Meskipun perkembangan *Hallyu* K-pop di Indonesia telah banyak dibahas dalam berbagai penelitian, sebagian besar kajian masih berfokus pada aspek komunikasi, media, perilaku penggemar, maupun pengaruh budaya populer terhadap masyarakat. Penelitian yang mengkaji perubahan posisi *Hallyu* K-pop dari *subculture* menjadi *pop culture* melalui pendekatan sejarah masih relatif terbatas. Padahal, perubahan tersebut merupakan proses yang berlangsung dalam kurun waktu tertentu dan dipengaruhi oleh berbagai faktor, mulai dari perkembangan industri budaya Korea Selatan, globalisasi budaya, kemajuan teknologi digital, hingga hubungan diplomatik antara Indonesia dan Korea Selatan. Oleh karena itu, pendekatan sejarah menjadi penting untuk menjelaskan bagaimana perkembangan *Hallyu* K-pop berlangsung secara kronologis, mengidentifikasi faktor-faktor yang mendorong transformasi

tersebut, serta memahami perubahan posisi K-pop dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Pembatasan penelitian pada rentang tahun 2007–2019 dipilih karena tahun 2007 merupakan periode awal meningkatnya popularitas K-pop generasi kedua di Indonesia, sedangkan tahun 2019 dipandang sebagai periode ketika *Hallyu* K-pop telah berkembang menjadi bagian dari budaya populer yang diterima secara luas oleh masyarakat Indonesia.

Penelitian mengenai *Hallyu* dan K-pop di Indonesia sebelumnya telah dilakukan oleh berbagai peneliti dengan pendekatan dan fokus yang berbeda-beda. Maria Tri Budiarti dalam penelitiannya yang berjudul *Perkembangan Budaya Pop Korea Selatan di Pulau Jawa (2003–2013)* menitikberatkan pada aspek historis mengenai proses masuk dan berkembangnya budaya populer Korea Selatan di Indonesia, serta bagaimana masyarakat beradaptasi terhadap budaya baru tersebut. Penelitian ini memberikan gambaran mengenai perkembangan awal *Hallyu* di Indonesia, namun belum secara khusus mengkaji proses transformasi *Hallyu* K-pop dari *subculture* menjadi *pop culture*.

Selanjutnya, N. Amellita dalam skripsinya yang berjudul *Kebudayaan Populer Korea: Hallyu dan Perkembangannya di Indonesia* (2010) membahas fenomena *Hallyu* secara umum serta proses masuknya budaya populer Korea ke Indonesia pada fase awal perkembangannya. Penelitian tersebut lebih menekankan pada deskripsi perkembangan *Hallyu* sebagai fenomena budaya populer dan respons masyarakat Indonesia terhadapnya, tanpa membahas perubahan posisi *Hallyu* K-pop dalam masyarakat Indonesia dari *subculture* menuju *pop culture*.

Selain itu, N. D. Azzaria dalam skripsinya *Tren Budaya Populer Korea di Indonesia: Korean Wave dan Dampaknya terhadap Generasi Muda Jakarta 2002–2013* (2018) menganalisis tren Korean Wave serta dampaknya terhadap generasi muda di wilayah Jakarta. Fokus kajian tersebut lebih menitikberatkan pada aspek sosiologis, khususnya pengaruh budaya populer Korea terhadap perilaku dan gaya hidup generasi muda di tingkat lokal. Penelitian tersebut belum mengkaji perkembangan *Hallyu* K-pop secara historis maupun faktor-faktor yang mendorong transformasinya menjadi budaya populer di Indonesia.

Selain itu, penelitian oleh Riski Tutut Prihatin yang berjudul *Dampak Diplomasi Hallyu terhadap Kebijakan Ekonomi Politik Indonesia* membahas *Hallyu* sebagai instrumen diplomasi *soft power* Korea Selatan dalam hubungan internasional. Penelitian ini menunjukkan bahwa *Hallyu* memberikan dampak terhadap peningkatan kerja sama ekonomi dan politik antara Indonesia dan Korea Selatan. Namun, fokus penelitian tersebut masih berada pada aspek hubungan internasional sehingga belum menjelaskan keterkaitan antara diplomasi budaya dengan perubahan posisi *Hallyu* K-pop dari *subculture* menjadi *pop culture* di Indonesia.

Berbeda dengan penelitian-penelitian tersebut, penelitian ini memfokuskan kajian pada dinamika *Hallyu* K-pop di Indonesia dari *subculture* menuju *pop culture* dalam rentang waktu 2007–2019 melalui pendekatan sejarah. Penelitian ini tidak hanya menjelaskan perkembangan *Hallyu* K-pop secara kronologis, tetapi juga menganalisis proses transformasi yang menyebabkan K-pop berkembang dari budaya yang pada awalnya hanya dikenal oleh kelompok masyarakat tertentu menjadi bagian dari budaya populer yang diterima secara luas oleh masyarakat Indonesia. Analisis tersebut dilakukan dengan memperhatikan perkembangan industri budaya Korea Selatan, globalisasi budaya, kemajuan media digital, serta hubungan bilateral Indonesia–Korea Selatan yang turut mendorong penyebaran *Hallyu* di Indonesia. Selain itu, penelitian ini juga mengkaji peran diplomasi budaya Korea Selatan melalui *Hallyu* sebagai salah satu faktor yang mendukung transformasi *Hallyu* K-pop di Indonesia. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya melihat *Hallyu* sebagai fenomena budaya populer atau instrumen *soft power*, tetapi juga sebagai bagian dari proses sejarah yang menunjukkan perubahan posisi K-pop dari *subculture* menjadi *pop culture*. Melalui pendekatan tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan perspektif baru dalam kajian sejarah budaya populer, khususnya mengenai dinamika perkembangan *Hallyu* K-pop di Indonesia selama periode 2007–2019.

B. PEMBATASAN DAN PERUMUSAN MASALAH

1. PEMBATASAN MASALAH

Secara temporal, penelitian ini mencakup periode tahun 2007–2019. Tahun 2007 dipilih karena merupakan periode ketika *Hallyu* K-pop mulai mengalami perkembangan yang lebih signifikan di Indonesia melalui meningkatnya popularitas grup-grup K-pop generasi kedua seperti *TVXQ*, *Super Junior*, *BIGBANG*, *Wonder Girls*, dan *Girls' Generation*. Pada periode ini, K-pop mulai dikenal oleh masyarakat Indonesia, khususnya di kalangan remaja, serta ditandai dengan terbentuknya komunitas dan *fandom* yang menjadi bagian penting dalam penyebaran *Hallyu*. Meskipun *Hallyu* telah diperkenalkan di Indonesia melalui drama Korea sejak tahun 2002, penelitian ini memfokuskan pembahasan pada perkembangan K-pop yang mulai menunjukkan dinamika yang lebih jelas sejak tahun 2007. Adapun batas akhir penelitian ditetapkan pada tahun 2019 karena pada periode tersebut *Hallyu* K-pop telah berkembang menjadi bagian dari budaya populer (*pop culture*) di Indonesia. Selain ditandai dengan meningkatnya popularitas grup-grup K-pop generasi ketiga, periode ini juga menunjukkan semakin luasnya penerimaan masyarakat terhadap budaya Korea Selatan melalui berbagai media digital, penyelenggaraan konser, kolaborasi dengan perusahaan Indonesia, serta berkembangnya berbagai bentuk budaya populer Korea dalam kehidupan masyarakat.

Secara spasial, penelitian ini dibatasi pada wilayah Indonesia sebagai ruang lingkup kajian. Pemilihan Indonesia didasarkan pada posisinya sebagai salah satu negara di Asia Tenggara yang mengalami perkembangan *Hallyu* K-pop secara signifikan selama periode penelitian. Selain menjadi salah satu pasar penting bagi industri hiburan Korea Selatan, Indonesia juga menunjukkan perkembangan komunitas penggemar K-pop yang cukup pesat, meningkatnya aktivitas diplomasi budaya Korea Selatan melalui berbagai kerja sama bilateral, serta semakin luasnya penerimaan budaya populer Korea di berbagai lapisan masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan pada dinamika

perkembangan *Hallyu* K-pop di Indonesia dari *subculture* menuju *pop culture* dengan menitikberatkan pada faktor-faktor yang mendorong transformasi tersebut selama kurun waktu 2007–2019.

2. PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang dan pembatasan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dari Dinamika *Hallyu* K-pop di Indonesia: *Subculture* ke *Pop Culture* Tahun 2007-2019 adalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana dinamika perkembangan *Hallyu* K-pop di Indonesia pada tahun 2007-2019?
- 2) Bagaimana proses transformasi *Hallyu* K-pop dari *subculture* menjadi *pop culture* di Indonesia pada tahun 2007-2019?

C. TUJUAN DAN KEGUNAAN

1. TUJUAN

Tujuan pertama dalam penelitian ini adalah untuk menjelaskan dinamika perkembangan *Hallyu* K-pop di Indonesia selama periode 2007–2019. Melalui penelitian ini akan dijelaskan bagaimana proses perkembangan *Hallyu* K-pop sejak mulai dikenal oleh masyarakat Indonesia, perkembangan komunitas penggemar, hingga semakin meluasnya penyebaran budaya populer Korea Selatan sebagai bagian dari fenomena budaya global yang berkembang di Indonesia.

Tujuan kedua adalah untuk menganalisis proses transformasi *Hallyu* K-pop dari *subculture* menuju *pop culture* di Indonesia. Analisis tersebut dilakukan dengan mengidentifikasi berbagai faktor yang mendorong perubahan tersebut, seperti globalisasi budaya, perkembangan industri budaya Korea Selatan, kemajuan media digital, serta peran diplomasi budaya dan hubungan bilateral Indonesia–Korea Selatan dalam memperluas penerimaan *Hallyu* K-pop di kalangan masyarakat Indonesia.

Tujuan ketiga adalah untuk memberikan kontribusi dalam kajian sejarah budaya populer, khususnya mengenai perkembangan *Hallyu* K-pop di Indonesia. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai proses transformasi *Hallyu* K-pop dari *subculture* menjadi *pop culture* melalui pendekatan sejarah, sehingga dapat memperkaya kajian mengenai hubungan antara budaya populer, globalisasi, diplomasi budaya, dan dinamika sosial budaya di Indonesia.

2. KEGUNAAN

1.1 Kegunaan Teoritis: Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian sejarah budaya populer, khususnya mengenai dinamika perkembangan *Hallyu* K-pop di Indonesia. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya kajian mengenai hubungan antara globalisasi budaya, industri budaya, diplomasi budaya, serta perkembangan media digital dalam proses transformasi *Hallyu* K-pop dari *subculture* menuju *pop culture*. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas sejarah perkembangan budaya populer Korea Selatan maupun fenomena *Hallyu* di Indonesia.

1.2 Kegunaan Praktis: Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pemahaman kepada masyarakat mengenai proses perkembangan *Hallyu* K-pop di Indonesia dari *subculture* menuju *pop culture* selama periode 2007–2019. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi mahasiswa, peneliti, maupun pihak lain yang memiliki ketertarikan terhadap kajian sejarah budaya populer, hubungan budaya Indonesia–Korea Selatan, serta perkembangan *Hallyu* di Indonesia. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana budaya populer dapat berkembang melalui globalisasi, industri

budaya, media digital, dan diplomasi budaya sehingga membentuk perubahan dalam kehidupan sosial dan budaya masyarakat.

D. METODE DAN BAHAN SUMBER

1. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian sejarah menurut Kuntowijoyo. Metode ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk merekonstruksi dan menganalisis secara historis dinamika *Hallyu* K-pop di Indonesia dari *subculture* menuju *pop culture* pada periode 2007–2019. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berfokus pada perkembangan *Hallyu* K-pop secara kronologis, tetapi juga mengkaji faktor-faktor yang mendorong transformasi tersebut, seperti globalisasi budaya, perkembangan industri budaya Korea Selatan, media digital, serta diplomasi budaya dalam hubungan Indonesia dan Korea Selatan.

Menurut Kuntowijoyo, metode penelitian sejarah merupakan prosedur ilmiah yang digunakan untuk merekonstruksi peristiwa masa lampau secara sistematis dan kritis melalui serangkaian tahapan yang dapat dipertanggungjawabkan secara akademik (Kuntowijoyo, 2013). Metode ini memungkinkan peneliti untuk memahami perkembangan *Hallyu* K-pop sebagai bagian dari dinamika sejarah budaya populer yang dipengaruhi oleh perubahan sosial, budaya, serta hubungan antarnegara dalam era globalisasi.

Tahap heuristik dilakukan dengan mengumpulkan berbagai sumber yang relevan dengan topik penelitian, baik berupa sumber primer maupun sekunder. Sumber-sumber tersebut meliputi arsip pemberitaan media massa, artikel jurnal, buku, dokumen kerja sama Indonesia–Korea Selatan, serta berbagai sumber digital yang berkaitan dengan perkembangan *Hallyu* K-pop di Indonesia selama periode 2007–2019. Tahap kritik sumber dilakukan untuk menilai keabsahan dan kredibilitas sumber melalui kritik eksternal dan kritik internal. Selanjutnya, tahap

interpretasi dilakukan dengan menafsirkan fakta-fakta sejarah yang telah diverifikasi untuk menjelaskan proses perkembangan *Hallyu* K-pop di Indonesia, faktor-faktor yang mendorong transformasinya dari *subculture* menjadi *pop culture*, serta keterkaitannya dengan perkembangan industri budaya Korea Selatan, media digital, dan diplomasi budaya. Tahap terakhir adalah historiografi, yaitu penyusunan hasil penelitian dalam bentuk penulisan sejarah yang sistematis dan kronologis sesuai dengan kaidah ilmiah.

Dengan menggunakan metode penelitian sejarah menurut Kuntowijoyo, penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan rekonstruksi historis yang objektif dan sistematis mengenai dinamika *Hallyu* K-pop di Indonesia serta menjelaskan proses transformasinya dari *subculture* menjadi *pop culture* pada periode 2007–2019.

2. BAHAN SUMBER

Bahan sumber yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas sumber primer dan sumber, yang dipilih berdasarkan relevansi dan kontribusinya terhadap rekonstruksi Dinamika *Hallyu* K-pop di Indonesia: *Subculture* ke *Pop Culture* Tahun 2007-2019.

2.1 Sumber Primer

Sumber primer dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai dokumen dan data yang berkaitan langsung dengan perkembangan *Hallyu* K-pop di Indonesia pada periode 2007–2019. Sumber-sumber tersebut meliputi arsip pemberitaan media massa, artikel berita daring, dokumen kerja sama budaya antara Indonesia dan Korea Selatan, publikasi resmi *Korean Cultural Center (KCC)* Indonesia, data dari instansi pemerintah terkait, serta berbagai dokumen resmi lainnya yang mendukung kajian mengenai perkembangan *Hallyu* K-pop di Indonesia. Selain itu, penelitian ini juga memanfaatkan data digital berupa unggahan pada media sosial, situs resmi agensi hiburan Korea

Selatan, serta platform digital yang berkaitan dengan perkembangan *Hallyu* K-pop selama periode penelitian.

2.2 Sumber Sekunder

Sumber sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai buku, jurnal ilmiah, skripsi, tesis, disertasi, dan hasil penelitian terdahulu yang membahas globalisasi budaya, *Hallyu*, K-pop, budaya populer, industri budaya Korea Selatan, diplomasi budaya, serta hubungan Indonesia dan Korea Selatan. Selain itu, sumber sekunder juga diperoleh dari artikel ilmiah, prosiding, dan berbagai literatur lain yang relevan untuk mendukung analisis mengenai dinamika *Hallyu* K-pop di Indonesia dari *subculture* menuju *pop culture* pada periode 2007–2019.

