

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Isu budaya menjadi salah satu isu modern yang mendapatkan peningkatan perhatian dari berbagai aktor di seluruh dunia. Fokus para aktor seperti negara dan bahkan individu ialah berusaha untuk terus melestarikan budaya mereka. Budaya yang berasal dari Korea Selatan merupakan contoh bentuk pelestarian budaya yang bahkan berhasil dalam proses difusinya ke berbagai belahan dunia. Gelombang Korea atau *Korean Wave* (dalam bahasa Korea disebut Hallyu) merupakan istilah yang menggambarkan fenomena kebudayaan populer Korea Selatan yang telah dikenal secara luas pada kancah internasional.

Gelombang Korea biasa diidentifikasi sebagai suatu sikap yang ke-korea-an atau *Korean-ness*. Pada akhir 1990-an, *Korean Wave* mulai mempengaruhi masyarakat di Asia Timur seperti Jepang dan China yang diawali dengan ekspor drama Korea ke negara-negara tersebut. Pada saat yang sama, musik Korea juga mulai masuk ke Taiwan. Belakangan, Jepang dan China juga lebih terbuka dan menerima keberadaan musik Korea Selatan. Saat ini, musik Korea Selatan memang lebih banyak diminati dan menjadi elemen kuat yang memimpin Hallyu, baik dalam kemunculan musik ini melalui ataupun di luar era di mana drama Korea menjadi konsumsi banyak masyarakat (Jian 2011).

Fenomena *Korean Wave* bermula dari karakteristik budaya yang dimiliki Korea Selatan sejak awal sejarah. Korea Selatan telah melalui pusaran sejarah dunia pada abad ke-20. Berakhirnya kolonialisme dan diikuti dengan peristiwa Perang Korea, membuat banyak kehancuran infrastruktur ekonomi dan sosial bangsa. Ketika semua hancur, Korea Selatan harus memulai membangun dari awal citra nasionalnya, termasuk dalam membangun citra kebudayaan mereka di mata dunia. Keputusan untuk mengeksport industri budaya populer kemudian diutamakan. Dalam proses ekspor budaya tersebut, para konglomerat bisnis (*chaebol*) dan pemerintah Korea Selatan menjadi pendukung utama strategi penarikan modal dari investasi asing sehingga citra nasionalnya tentu juga akan semakin meningkat.

Seperti pada saat pemerintahan Kim Dae Jung, di mana ia menjadikan sektor budaya sebagai tujuan utama pertumbuhan Korea Selatan. Presiden Kim Dae Jung yang dijuluki sebagai “Presiden Kebudayaan”, menerapkan Hukum Dasar Promosi Industri Budaya dengan dana yang dialokasikan sebesar \$148,5 juta pada tahun 1999 untuk proyek-proyek yang mempromosikan dan mengeksport budaya populer Korea Selatan. Di sisi lain, infrastruktur berteknologi tinggi dan telekomunikasi yang semakin maju juga menjadi dasar bagi Korea Selatan melaksanakan strategi ekonomi baru dalam mengembangkan industri hiburannya secara efektif (Sue Lee 2011, 85-86).

Isu budaya seperti ini menjadi bagian dari kepentingan nasional negara yang sering dibawa dalam proses kegiatan interaksi antarnegara seperti diplomasi. Meski terlihat bahwa subjek utama dalam fenomena budaya

adalah negara, ada entitas lain yang juga memiliki peran krusial dalam memberikan pengaruh pada eksistensi isu budaya baik di lingkup domestik maupun internasional. Entitas yang dimaksud ialah individu. Jika dikaitkan, maka dapat dikatakan bahwa negara dan individu dalam produk budaya populer merupakan dua entitas yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan modern, dan keduanya secara bersamaan menentukan arah perubahan sosial.

Hubungan ini juga dipengaruhi oleh peran negara dalam menentukan derajat keharmonisan di dunia internasional. Kebijakan pemerintah Korea Selatan seperti liberalisasi media dan perkembangan industri hiburan Korea Selatan, pengembangan KOCCA sebagai suatu lembaga publik yang khusus menangani produk budaya populer Korea Selatan, serta adanya re-organisasi Kementerian Kebudayaan, Olahraga dan Pariwisata, nyatanya semakin membuka jalan dalam terciptanya ketertarikan masyarakat internasional terhadap Korea Selatan melalui penyebaran konten budaya yang terorganisir dan sekaligus memberi potensi Hallyu untuk terus bertahan bahkan lebih jauh lagi berkembang guna memenuhi kepentingan nasional Korea Selatan (KOCCA, n.d.).

Kaitan peran pemerintah dalam isu budaya tentu memiliki tingkat konektivitas yang sama. Peran pemerintah dalam hal tersebut sangat penting, mengingat isu budaya saat ini juga menjadi *concern* negara-negara yang sering diangkat dalam konferensi internasional maupun pertemuan antarnegara lainnya. Selain peran dari pemerintah Korea Selatan, perbincangan melalui media massa, dunia bisnis dan akademis tentu menjadi pengaruh perkembangan budaya populer Korea Selatan di masa depan.

Seiring perkembangannya, Korea Selatan yang merupakan stasiun induk Hallyu, tidak begitu kuat untuk menaklukkan negara lain dengan kekerasan. Oleh karena itu, Korea Selatan menerapkan cara yang lebih lunak dengan kemunculan budaya populernya yang ternyata mampu mengalihkan perhatian banyak pihak di dunia. Secara khusus, K-Pop (Korean: 케이팝) telah menjadi salah satu produk budaya populer Korea Selatan yang sukses mempengaruhi perilaku beberapa masyarakat di dunia. K-Pop merupakan sajian musik dengan tampilan visual serta koreografi dari idol yang menarik dan memiliki nilai jual, yang walaupun ditampilkan sesuai selera Korea Selatan, namun tetap mengikuti keinginan pasar global. Hal itu yang mengakibatkan K-Pop semakin terkenal dan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat pada beberapa negara di dunia.

Dalam K-Pop, istilah idol lah yang paling dikenal sebagai pemeran utama perkembangan *band* atau grup musik pop Korea. Idol-idol K-Pop menjadi bintang yang juga berperan penting dalam perluasan *Korean Wave*. Di sisi lain, sering kali idol dan artis Korea Selatan didefinisikan dalam pengertian yang sama. Namun, keduanya memiliki perbedaan di mana tidak selalu seorang idol dapat menjadi artis begitu pula sebaliknya. Sudah banyak idol yang biasanya tampil bernyanyi dengan bermodalkan koreografi visual, juga berperan dalam drama, film, atau menjadi bintang iklan. Hal tersebut dilakukan seorang idol dengan kemampuan dalam berakting, karena tidak semua idol mampu melakukannya dengan kualitas yang cukup baik. Secara visual, idol juga identik dengan aura bintang karena mereka terlihat lebih bersinar, sementara artis terlihat lebih berwibawa dan tegas dalam

pembawaannya. Idol K-Pop juga memiliki tipe wajah yang hampir mirip oleh karena ketetapan agensi yang biasanya memilih visual dengan patokan tertentu, sementara artis beragam karena tidak ada ciri khas khusus dari agensi.

Untuk pertama kali pada tahun 2013, idol K-Pop asal Korea Selatan, Super Junior, hadir di Meksiko dan berhasil menjadi sorotan masyarakat Meksiko (Jackson 2013). Super Junior merupakan grup idol yang beranggotakan 9 pria dengan debut pertamanya yang sudah dimulai sejak tahun 2005. Idol ini secara resmi berada di bawah naungan Lee Soo-man, produser agensi perusahaan hiburan Korea Selatan, SM *Entertainment*. Kesuksesan Super Junior selama bertahun-tahun merupakan hasil dari pelatihan agensi terhadap calon idol baru yang akan dikeluarkan. Cara SM *Entertainment* mencari beberapa artis dari luar Korea Selatan juga dinilai baru dan menarik. Super Junior, idol K-Pop yang secara khusus berada di bawah agensi SM Entertainment ini, berhasil menjadi cikal bakal penyebaran *Korean Wave* ke berbagai negara dan idol ini sempat mendapat julukan “*King of Hallyu*” sebab metode yang diajarkan agensi hiburan kepada idol ini sangat berkualitas hingga akhirnya mereka berhasil menjadi idol *go international*.

Banyak idol K-Pop yang telah lebih dulu hadir di wilayah Amerika Latin menghadapi tantangan yang cukup sulit, melihat bahasa dan letak geografis yang sangat berbeda antara Korea Selatan dan Amerika Latin. Namun, hal yang terjadi pada awal penyebaran Hallyu seperti ketidakpedulian masyarakat terhadap K-Pop, ternyata kemudian berganti menjadi suatu ketertarikan. Hal itu lah yang dialami oleh masyarakat di

Amerika Latin yakni penerimaan K-Pop terjadi secara masif. Di sisi lain, pendirian Pusat Kebudayaan Korea atau KCC juga menjadi salah satu faktor meningkatnya ketertarikan terhadap K-Pop. KCC didirikan pertama kali di Buenos Aires, Argentina pada tahun 2006. Kemudian didirikan juga di Mexico City pada tahun 2012 dan São Paulo pada tahun 2013.

Secara khusus, di wilayah Meksiko sendiri terdapat sekitar 30.000 penggemar dan bertambah pada tahun berikutnya menjadi kurang lebih 60.000 penggemar. Hal ini semakin dipengaruhi oleh kehadiran Super Junior di Meksiko, tiket habis terjual untuk konser Super Junior dan pembelinya terdiri dari penggemar Super Junior. Selain beberapa konser, Super Junior juga menorehkan prestasi melalui perolehan penghargaan di beberapa saluran televisi musik Meksiko. Dengan didirikannya Pusat Kebudayaan Korea sampai aktivitas pembentukan klub penggemar, masyarakat Meksiko dapat lebih mengenal kebudayaan Korea Selatan. Sehingga, dapat dilihat bahwa Super Junior sebagai produk kebudayaan Korea Selatan juga dikenal baik di Meksiko (Damien 2013).

Pada dasarnya, ekspansi *Korean Wave* memang menghadapi kesulitan yang berbeda di tiap-tiap negara, termasuk di Meksiko. Negara Meksiko memiliki banyak sekali sejarah budaya. Musik dan tarian tradisional serta festival atau acara pesta juga sangat melekat dalam keseharian masyarakat Meksiko. Jika melihat hal tersebut tentu budaya Meksiko dari dulu dan yang terus berkembang hingga sekarang tidak kalah menarik jika dibandingkan dengan budaya populer Korea Selatan, sehingga kehadiran K-Pop sulit untuk tetap eksis di tengah kebudayaan yang dimiliki dan telah melekat pada

masyarakat Meksiko. Hal yang kemudian disoroti oleh peneliti adalah Super Junior yang memberi pengaruh di Meksiko. Konsumsi penggemar Super Junior di Meksiko terhadap barang-barang yang berlabelkan Super Junior ikut juga mengalami peningkatan. Pemerintah pun akan semakin memainkan perannya dalam instrumen *soft power* ini karena menimbulkan banyak keuntungan bagi Korea Selatan dalam berbagai aspek. Dari pengaruh K-Pop ini, pemerintah Korea Selatan dapat meningkatkan hubungan diplomatiknya dengan Meksiko, melalui kebudayaannya yang eksis di tengah masyarakat Meksiko.

Peneliti menegaskan bahwa terdapat perbedaan pada penelitian ini dengan penelitian-penelitian yang telah ada sebelumnya, sebab fokus utama dari penelitian ini adalah bagaimana peran idol K-Pop dalam diplomasi budaya dengan mengambil studi kasus Super Junior di Meksiko. Peneliti akan menganalisis budaya populer yang disebabkan oleh berbagai pihak yang terlibat sebagai pihak yang bertanggungjawab dalam kasus tersebut. Peneliti juga akan menjelaskan mengenai betapa pentingnya peran individu digunakan dalam instrumen kekuatan lunak sebagai alat diplomasi yang dapat mengubah persepsi masyarakat. Terdapat suatu unsur penting yang menjadi pusat dari penelitian ini, unsur tersebut meliputi penggemar di Meksiko dalam studi kasus Super Junior ini. Pada akhir penelitian, peneliti juga memaparkan bahwa konsep yang dipakai dapat menjadi solusi dalam studi kasus yang peneliti angkat serta sebagai acuan untuk mengkritik elemen-elemen yang menjadi penyebab masalah di dalam penelitian ini.

1.2. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang, maka penelitian ini memiliki rumusan masalah sebagai berikut: *1. Bagaimana budaya populer Korea Selatan menyebar di Meksiko? 2. Bagaimana idol K-Pop Super Junior mencapai popularitas di Meksiko?*

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk dapat mengetahui bagaimana representasi produk budaya populer Korea Selatan yaitu Super Junior yang menjadi salah satu instrumen *soft power* Korea Selatan serta bagaimana dampak popularitasnya terhadap masyarakat di Meksiko.

1.4. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah metode penelitian kualitatif. Hal ini disebabkan karena peneliti hendak mengkaji hal-hal yang sifatnya *non-mathematics* atau tidak terukur oleh angka, sebab permasalahan yang dikaji oleh peneliti adalah masalah yang bersifat sosial dan dinamis. Penelitian kualitatif cenderung terfokus pada segi kualitas, dibandingkan kuantitas (angka atau ukuran). Peneliti kualitatif percaya bahwa kebenaran adalah dinamis dan bahwa kebenaran tersebut hanya dapat ditemukan dengan mempelajari melalui penelahaan terhadap interaksi orang dengan situasi sosial mereka (Sudarwan 2008).

Dalam mengaplikasikan penelitian kualitatif, diperlukan kajian terhadap perspektif partisipan dengan strategi yang sifatnya interaktif dan fleksibel. Penelitian kualitatif ditujukan untuk memahami

fenomena-fenomena sosial dari sudut pandang partisipan. Dengan demikian arti atau pengertian penelitian kualitatif tersebut adalah penelitian yang digunakan untuk mengkaji pada kondisi objek alamiah di mana peneliti merupakan instrumen kunci (Sugiyono 2008).

1.4.1. Jenis dan Tipe Penelitian

Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dalam penelitian ini. Menurut Raco, penelitian kualitatif memperlakukan partisipan sebagai subjek dan bukan objek. Partisipan menjadi sumber data utama dan terlibat penuh dalam memberikan informasi dalam penelitian kualitatif (Raco 2010, 60). Penelitian kualitatif digunakan oleh peneliti untuk menganalisis *Korean Wave* dalam budaya internasional, khususnya dalam penyebarannya yang masif dengan keterlibatan partisipan melalui studi kasus Super Junior dan masyarakat di Meksiko.

Peneliti juga menggunakan jenis kualitatif tipe deskriptif analitik. Sugiyono berpendapat bahwa metode deskriptif merupakan suatu metode yang berfungsi untuk menggambarkan atau meringkas secara langsung objek penelitian melalui pengumpulan data atau sampel dengan cara memfokuskan penelitian pada keadaan masalah, kemudian mengolah dan menganalisis hasil penelitian tersebut untuk menarik kesimpulannya (Sugiyono 2008).

Berdasarkan judul penelitian “Budaya Populer Korea Selatan di Meksiko (Studi Kasus : Idol K-Pop Super Junior)”, penelitian ini akan memberikan gambaran detail mengenai analisis seberapa besar

peranan idol K-Pop dalam kaitannya dengan lingkungan budaya internasional. Penelitian ini akan mengambil sebuah contoh studi kasus Super Junior sebagai parameter dalam memaparkan besar dan pentingnya kapasitas individu dalam memberikan pengaruh kepada diplomasi budaya terkait kasus tersebut. Tipe penelitian deskriptif relevan dengan judul penelitian ini karena berfokus pada proses analisis konsep *soft power* dan *network society* dalam pemberian solusi inti terhadap isu budaya yang terdapat di penelitian ini.

1.4.2. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Peneliti akan menggunakan sumber data primer dan sekunder sebagai referensi data untuk penelitian ini. Data sekunder berasal dari buku dan majalah atau sumber ilmiah, arsip berupa dokumen pribadi atau juga dokumen resmi (Moleong 2000, 11). Peneliti akan menggunakan sumber data dari bahan bacaan seperti jurnal ilmiah, buku, serta informasi dari media massa di internet. Bahan bacaan yang digunakan oleh peneliti adalah bacaan yang bertepatan dan berhubungan dengan konsep-konsep yang digunakan peneliti serta kasus peningkatan popularitas Super Junior.

Untuk penggunaan data primer peneliti melakukan pencatatan sumber data melalui wawancara. Peneliti akan melakukan wawancara kepada partisipan terkait yang berada di Meksiko. Teknik pengumpulan data meliputi 2 (dua) teknik, yaitu: (1) Wawancara, dengan menanyakan hal yang berkaitan langsung dengan objek yang relevan dengan penelitian. (2) Dokumentasi, dilakukan dengan

menganalisis ketersediaan data yang berasal dari sumber-sumber seperti laporan, berita maupun gambar atau bagan berupa grafik atau *chart* yang dapat digunakan untuk melengkapi metode wawancara.

Tabel 1.4.2. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber Data	Teknik Pengumpulan Data		Aspek Data
Primer	Wawancara	Wawancara yang berisi hal yang terkait dengan budaya populer Korea Selatan di Meksiko.	<p>(a) Perspektif penggemar Super Junior di Meksiko dalam menjelaskan peristiwa budaya yang terjadi berdasarkan beberapa kejadian nyata yang telah terjadi.</p> <p>(b) Opini publik yang terbentuk dari kehadiran idol K-Pop tersebut.</p>
Sekunder	Dokumentasi	Penelaahan dan pencatatan isi media massa online di internet tentang produk budaya populer Korea Selatan dalam diplomasi budaya terkait kasus Super Junior.	(a) Data terkait pengaruh produk budaya populer Korea Selatan dalam diplomasi budaya yang berhubungan dengan kasus Super Junior.

1.4.3 Teknik Validasi Data

Peneliti menggunakan penelitian kualitatif, dimana terdapat uji validitas dan reliabilitas data melalui teknik “triangulasi”. Triangulasi terbagi menjadi lima teknik yaitu triangulasi sumber, triangulasi teori, triangulasi peneliti, triangulasi waktu, dan triangulasi metode. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber. Menurut Patton, triangulasi sumber berarti adanya perbandingan dan pengecekan ulang terhadap derajat kepercayaan suatu informasi yang didapatkan melalui sumber yang berbeda. Peneliti membandingkan hasil wawancara dengan dokumen yang didapatkan berupa buku, jurnal ilmiah maupun informasi dari media massa (Patton 1990, 144).

Dalam penelitian ini, peneliti akan mengumpulkan data-data yang berasal dari berbagai macam sumber. Sumber-sumber tersebut meliputi partisipan-partisipan yang terkait dengan permasalahan dalam penelitian ini, dokumen maupun laporan dari media massa serta jurnal yang terpublikasi secara resmi baik dari pemerintah maupun non-pemerintah. Sumber-sumber yang sudah dikumpulkan akan peneliti bandingkan satu sama lain untuk menemukan sumber yang aktual dan konkrit sehingga dapat digunakan sebagai data dalam penelitian.

1.4.4 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian dapat dilakukan dengan tiga cara yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Pertama, reduksi data yaitu dengan adanya proses analisis

data yang dilakukan untuk mereduksi dan kemudian merangkum keseluruhan penelitian. Hal ini berguna untuk memudahkan pemahaman data menjadi sebuah acuan yang lebih rinci. Kedua, penyajian data dilakukan dalam bentuk laporan sesuai dengan hasil penelitian yang diperoleh. Ketiga, verifikasi adalah pemberian makna terhadap penelitian yang dilakukan atau dianalisis. Proses ini diawali dengan penataan data lapangan, dan mereduksi hingga menjadi unifikasi dalam bentuk kategorisasi data. Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan cara reduksi data. Peneliti akan mengumpulkan data-data yang diperoleh dan merangkumnya sesuai dengan relevansinya pada penelitian ini. Hal ini peneliti lakukan untuk mencari data yang sepadan dan berkaitan agar dapat dikategorikan dalam satu jenis yang sama.

1.5. Sistematika Penelitian

Penelitian ini terdiri atas empat bab, dalam setiap bab terdapat sub-bab yang disesuaikan dengan pembahasan yang ada di penelitian ini, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penelitian yang menjelaskan tentang argumentasi mengenai bagaimana awalnya budaya populer Korea Selatan memasuki wilayah Meksiko serta popularitas yang di Meksiko.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi tinjauan pustaka, kerangka konseptual, kerangka pemikiran, dan argumen utama yang menjelaskan tentang revidi tulisan-tulisan lain dengan topik *Korean Wave* di wilayah Amerika Latin dan negara berbahasa Spanyol yaitu salah satunya Meksiko. Dijelaskan juga konsep kunci budaya populer, *soft power*, diplomasi budaya, dan *network society*.

BAB III PEMBAHASAN

Dalam bab ini, peneliti mendeskripsikan dan menjelaskan temuan penelitian yakni produk budaya populer di Meksiko yang terkait dengan studi kasus idol K-Pop Super Junior.

BAB IV PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan rekomendasi terkait topik budaya kepada peneliti selanjutnya untuk dapat mengembangkan penelitian serupa.