

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini kita telah masuk dan dihadapkan dengan era globalisasi. Era di mana semua orang dapat mengetahui berbagai kebudayaan dari seluruh penjuru dunia tanpa ada batasan. Dengan adanya teknologi yang mutakhir setiap orang di dunia ini dapat untuk berinteraksi tanpa harus bertemu langsung dan dapat mengakses informasi yang diinginkan tanpa mengenal batasan, tempat dan waktu. Kemajuan teknologi dan informasi saat ini sangat menunjang aktivitas manusia dalam mendapatkan serta mengakses informasi tentang berbagai hal termasuk kebudayaan baik lokal maupun mancanegara dan juga pada bidang sosial maupun ekonomi.

Bagong Suyanto mendefinisikan globalisasi sebagai kebebasan dan ketidakterbatasan akses yang meliputi barang, jasa, modal kekuatan kapitalis yang melintasi batas-batas wilayah negara, maupun kebudayaan¹. Masyarakat mengalami banyak perubahan dalam kehidupannya. Perubahan itu mencakup berbagai bidang dalam kehidupan yaitu bidang sosial, ekonomi, pendidikan, dan pada bidang kebudayaan seperti adanya difusi kebudayaan suatu negara. Menurut Nugroho yang dikutip dari buku Sosiologi Ekonomi karya Bagong Suyanto:

¹ Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2014), h. 93.

“Globalisasi menjadikan pertumbuhan perilaku konsumtif masyarakat sebagai target yang dilakukan oleh para kapitalis dalam berbagai bidang kehidupan².”

Jika kita berbicara tentang masyarakat pasti berkaitan erat dengan kebudayaan. Kebudayaan yaitu gaya hidup yang berkembang di dalam suatu masyarakat yang dilakukan secara bersama-sama dan diikuti oleh generasi selanjutnya. Difusi kebudayaan merupakan suatu misi penyebaran suatu budaya negara tertentu terhadap negara lainnya. Dengan adanya fenomena difusi kebudayaan orang-orang akan terpengaruh akan adanya kebudayaan baru dan adanya pengetahuan baru dalam kehidupannya. Tetapi dalam prosesnya, difusi kebudayaan mengalami pro dan kontra dalam pelaksanaannya. Masyarakat yang mengalami atau terkena virus difusi kebudayaan ada yang menerima dengan tangan terbuka dan ada pula yang menolaknya.

Korean Wave (Gelombang Korea) atau familiar dengan istilah kebudayaan Korea atau KPOP merupakan suatu proses pelaksanaan dari misi difusi kebudayaan Korea dalam ranah musik, perfilman, makanan, dan *fashion*. Dengan kemunculan *Korean wave* ini, pemerintah Korea Selatan sendiri menjadi sangat diuntungkan. Negara Korea Selatan sekarang telah dikenal di seluruh dunia berkat gelombang Koreanya.

Dengan hadirnya teknologi yang berkembang semakin pesat, difusi gelombang Korea ini pun semakin merajalela dan masuk hingga pasar global diseluruh penjuru dunia. Banyak orang diberbagai belahan dunia yang mengakses

² Ibid., h. 92.

internet. Apalagi sekarang banyaknya situs-situs yang mewadahi *Korean wave* ini, seperti YouTube, Facebook, Instagram, dan Twitter. Semua orang mengetahui adanya musik dan film atau *Korean Wave* ini melalui situ-situs tersebut. Para agensi yang menaungi para musisi di Korea Selatan sana menggenjot pemasarannya melalui promosi pada situs-situs tersebut. Mereka menyuguhkan berbagai macam musik beserta visualisasinya melalui YouTube dengan mengunggah *Video Music* artis mereka dengan sekreatif mungkin agar menarik minat orang-orang, khususnya para remaja.

Pada era globalisasi ini banyak kebudayaan yang masuk dan berkembang di Indonesia. Salah satunya yaitu kebudayaan Korea yang saat ini banyak digandrungi oleh para mahasiswa, khususnya para mahasiswi dan tidak terkecuali mahasiswi yang menggunakan hijab. Masuknya kebudayaan Korea pada ranah musik, perfilman, *food*, dan *fashion* telah mengubah gaya hidup dan perilaku konsumtif mahasiswi. Pelajar wanita identik dengan keroyalan yang jika mereka telah menyukai sesuatu pasti mereka akan mengikuti atau membelinya jika itu barang.

Ada berbagai tipe dalam mengekspresikan rasa kagum dan kecintaannya terhadap suatu barang atau artis dan idolanya. Ada yang menyalurkan rasa kegemaran dan kecintaannya dengan membeli berbagai produk mengenai apa saja yang berbau dengan artis yang diidolakannya, baik itu album sang idola, poster, *lightstick*, *merchandise*, dan hal lain yang sejenisnya. Mereka bahkan rela mengikuti dan mendatangi konser idolanya kemanapun idolanya berada walaupun tiket konser tersebut tidak murah, harganya kisaran 1 juta hingga 3 juta rupiah

dalam satu kali konser. Dan ada pula yang mengekspresikannya hanya dengan mendengarkan karya sang idolanya tanpa harus membeli barang-barang yang berkaitan dengan sang idola.

Target pemasaran dari *Hallyu wave* ini yaitu para remaja yang memang mudah tertarik dalam ranah musik dan perfilman karena jiwa mereka masih labil dan gampang terpengaruh oleh hal-hal semacam itu. Dengan adanya musik *K-POP* dan *Korean Drama* anak-anak muda banyak yang tertarik dan mengikuti *style* yang dipakai oleh para artis dalam drama Korea maupun yang digunakan oleh para *K-Pop star* yang ada dalam *Music Video* mereka.

Dengan begitu muncullah sifat fanatisme atau fanatik terhadap artis Korea. Bahkan ada yang mengkultuskan suatu idola karena mereka merasa bahwa sang idola merupakan panutan mereka dalam segala hal. Mereka mengklaim bahwa sang idola hanyalah milik mereka. Hal tersebut karena mereka merasa telah menggunakan seluruh uang mereka untuk sang idola.

Adanya sifat fanatik dari seseorang akan menimbulkan perilaku konsumtif dan hedonisme. Apalagi yang banyak terjangkit oleh *hallyu wave* ini adalah pelajar wanita atau mahasiswi. Perilaku konsumtif mahasiswi sudah tidak terkontrol akibat munculnya *Korean Wave* dalam kehidupannya. Mereka pasti senang membeli barang-barang yang berbau Korea dan ingin bergaya seperti artis Korea tanpa memikirkan bahwa mereka benar-benar membutuhkan hal itu atau tidak. Dalam hal ini para mahasiswi tidak menggunakan akal dan pertimbangannya demi harus gaul dan bergaya sama seperti artis Korea. Mereka

akan sering berbelanja tanpa tahu batasannya. Psikologi menyebut fenomena ini sebagai penyakit kecanduan berbelanja atau *compulsive buying disorder*.

Terdapat hal yang patut diacungi jempol kepada perilaku para penggemar *K-POP*, karena mereka dapat akrab tanpa harus membutuhkan waktu lama dengan cara mereka. Gaya bahasa dan perilaku merekapun yang unik mendukung dalam keakraban satu sama lain dalam interaksi sosialnya. Mereka juga dapat bertukar informasi dan mengetahui budaya baru selain dari budaya lokal. Mereka dapat mengekspresikan diri dan mengetahui potensi diri mereka ketika mereka mengenal *K-POP*. Disamping mereka menggemari hal itu, mereka juga bisa mengembangkan jiwa kewirausahaannya namun masih berkaitan dengan *K-POP*. Serta mereka juga dapat mengembangkan potensi diri seperti *influencer-influencer* di Indonesia.

Dewasa ini masih banyak yang menganggap hal yang berhubungan dengan *Korean Pop* atau *K-POP* ini adalah sebuah hal yang negatif. Pandangan yang miring tersebut disebabkan salah satunya oleh ketidaksesuaian *trend* dan *fashion* pada setiap orang. Pandangan tersebut ditujukan kepada seluruh pecinta *K-POP* baik perempuan maupun laki-laki tanpa terkecuali perempuan berhijab. Perempuan berhijab lebih banyak mendapatkan tekanan dari orang lain, karena mereka “berhijab” pasti orang-orang akan selalu mengaitkannya dengan agama. Biasanya minat mahasiswi berhijab mengarah pada musik dan *short movie* yang berbau Islami. Apalagi mahasiswi yang melangsungkan pendidikannya di lembaga Islam. Karena itu banyak bermunculan kalimat-kalimat yang tidak enak

didengar seperti *alay*, “berhijab ko suka Korea, malu sama kerudung”, dan lain sebagainya.

Tidak sedikit mahasiswi sosiologi angkatan 2016 UIN Sunan Gunung Djati Bandung juga yang menyukai *trend* yang sedang menjadi *highlight* saat ini (*Korea Pop*). Para mahasiswi sering membicarakan hal-hal yang berbau *K-Pop*, baik di dalam ruangan kelas maupun di lingkungan kampus. Tidak semua dari mereka menonjolkan bahwa mereka adalah penggemar *K-Pop*, adapula yang hanya mengaguminya sebatas mendengarkan karya musiknya. Sekitar 5-6 orang mengungkapkan kegemaran mereka melalui *story* WhatsApp dan Instagram. Baik penggemar fanatik maupun yang biasa-biasa saja dapat menjadi informan dalam penelitian ini.

Adapun hasil penelitian terdahulu yang membahas mengenai *Korean Pop* yaitu yang ditulis oleh mahasiswi UIN Sunan Kali Jaga Yogyakarta yang bernama Inayatul Mahmudah, pada tahun 2015. Skripsi tersebut membahas mengenai dampak budaya *Korean Pop* terhadap penggemar dalam perspektif keberfungsian sosial. Dalam karya ilmiah ini, *Korean Pop* memberikan dampak positif bagi para penggemarnya. Mereka dapat memiliki penghasilan hanya dengan memiliki hobi menjadi penggemar *K-Pop*. Mereka menggunakan peluang pada hobi mereka dengan berwirausaha, menjual barang-barang yang bersinggungan dengan dunia *K-Pop*. Hobi mereka dapat bermanfaat dan tidak hanya hobi semata.

Berdasarkan uraian singkat tersebut, penulis mencoba memaparkan lebih dalam mengenai perilaku mahasiswi berhijab penggemar *Korean wave* di kalangan mahasiswi sosiologi FISIP angkatan 2016 UIN SGD Bandung dengan

menggunakan teori etnometodologi dari Harold Garfinkel sebagai pisau analisisnya. Penjelasan secara singkatnya, etnometodologi membahas mengenai kebiasaan yang dilakukan oleh sekelompok masyarakat dan alur dari tindakan atau perilaku dari komunitas tersebut yang dapat dipahami secara keseluruhan³.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana perilaku mahasiswi berhijab penggemar *Korean Wave* di kalangan mahasiswi sosiologi FISIP angkatan 2016 UIN SGD Bandung?
2. Bagaimana interaksi mahasiswi berhijab penggemar *Korean Wave* di kalangan mahasiswi sosiologi FISIP angkatan 2016 UIN SGD Bandung?
3. Bagaimana persepsi mahasiswa sosiologi FISIP angkatan 2016 UIN SGD Bandung mengenai penggemar *Korean Wave* berhijab?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan:

1. Untuk mengetahui perilaku mahasiswi berhijab penggemar *Korean Wave* di kalangan mahasiswi sosiologi FISIP angkatan 2016 UIN SGD Bandung.
2. Untuk mengetahui interaksi sesama mahasiswi berhijab penggemar *Korean Wave* di kalangan mahasiswi sosiologi FISIP angkatan 2016 UIN SGD Bandung.
3. Untuk mengetahui persepsi mahasiswa sosiologi FISIP angkatan 2016 UIN SGD Bandung mengenai penggemar *Korean Wave* berhijab.

³ Wirawan, *Teori-Teori Sosial Dalam Tiga Paradigma*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2012), h. 152.

D. Manfaat Hasil Penelitian

Manfaat hasil penelitian ini dapat diklasifikasikan menjadi:

a) Manfaat Teoritis

Manfaat pada segi teoritisnya yaitu berguna untuk mengembangkan, memperkaya, serta menambah ilmu yang berkaitan dengan perilaku mahasiswi berhijab penggemar *Korean wave* dikalangan mahasiswi sosiologi FISIP angkatan 2016 UIN SGD Bandung dilihat dari aspek sosiologis dan mengembangkan ilmu sosiologi, khususnya pada ranah sosiologi budaya.

b) Manfaat Praktis

Manfaat pada segi praktisnya yaitu berguna bagi para penggemar *Korean wave*, khususnya yang menggunakan hijab (mahasiswi sosiologi FISIP angkatan 2016 UIN SGD Bandung) agar lebih berhati-hati dan cerdas dalam menangkap segala hal, serta jangan terlalu berlebihan dalam mengagumi sesuatu. Juga berguna bagi kita yang ingin mengetahui bagaimana perilaku para mahasiswi berhijab penyuka aliran musik dan kebudayaan Korea. Dan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan perilaku, komunikasi (interaksi), maupun gaya hidup mahasiswi berhijab penggemar Korea.

E. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini ditujukan untuk mengkaji perilaku mahasiswi berhijab terhadap fenomena yang hingga saat ini masih menjadi perbincangan dikalangan anak muda yaitu *Korean Wave* atau yang familiar ditelinga kita yaitu *K-POP* (*Korean Pop*). Tujuan utama daripada penelitian ini yaitu mengetahui bagaimana perilaku mahasiswi berhijab penggemar *K-Pop* dikalangan mahasiswi sosiologi

FISIP angkatan 2016 UIN SGD Bandung. Dengan adanya kerangka berpikir memudahkan peneliti dalam proses penelitian karena telah terkonsep dan terarah serta mencakup tujuan daripada penelitian.

Menginjak fase remaja banyak sekali keinginan-keinginan maupun minat-minat yang harus dipenuhi oleh anak. Keinginan atau minat muncul sebagai akibat dari pengaruh sekitar atau lingkungan tempat ia tinggal, adanya imitasi yang dilakukan seseorang ketika mereka melihat orang yang dikaguminya, faktor bawaan sejak kecil, serta adanya suatu peluang untuk mengembangkan minat tersebut. Banyak kesenangan, keinginan, dan minat yang dewasa ini banyak diminati oleh kalangan remaja, baik permusikan, perfilman, olahraga, melukis, travel, dan sebagainya. Di ranah musik, banyak sekali genre di dunia ini, seperti *jazz*, *dangdut*, *reggae*, *rock*, *pop*, *J-Pop*, serta yang masih populer dan banyak digandrungi oleh anak muda saat ini yaitu *Korean Pop*.

Begitu banyaknya kebudayaan yang masuk ke tanah air salah satunya *Korean wave* atau kebudayaan Korea. Tidak sedikit masyarakat Indonesia yang menerima dengan senang hati kebudayaan Korea ini. Banyak yang terjerat pada budaya ini khususnya pada sektor industri musik dan perfilmannya. Para pelajar wanita yang notabennya anak muda paling banyak yang terpengaruh oleh difusi *hallyu wave*. Mereka tergoda akan *fashion*, *food*, serta barang-barang yang menurut mereka keren, gaul dan *stylish*, dengan itu prestise serta status sosial mereka akan meningkat.

Mayoritas yang menerima gelombang Korea adalah dari kalangan remaja. Dengan konsep dan gaya yang *fresh*, *energetic*, *colorfull*, dan unik hal itulah yang

menjadi daya tarik daripada *Korean Pop* sehingga banyak diminati oleh para remaja. Di usia mereka yang masih muda, mereka seakan dibuat nyaman dan cocok dengan konsep yang disuguhkan oleh industri musik maupun dunia perfilman Korea.

Sering kita lihat lalu lalang sekelompok remaja yang menggunakan pakaian nyentrik, warna pastel yang *girlie* dan terlihat modis yang sedang berkumpul membicarakan topik terhangat yang berkaitan dengan dunia *perK-Pop*. Pembicaraan tersebut dibarengi dengan bahasa-bahasa yang memang dimengerti oleh kalangan para pecinta *K-Pop* itu sendiri. Tak heran mereka sering dipandang aneh oleh lingkungan sekitarnya akibat *style* dan gaya berbicara maupun cara berkomunikasi mereka yang berbeda. Namun dengan adanya gaya bahasa yang unik itu menjadi nilai lebih dalam kelompok mereka, sehingga membuat mereka lebih cepat akrab tanpa membutuhkan waktu yang lama.

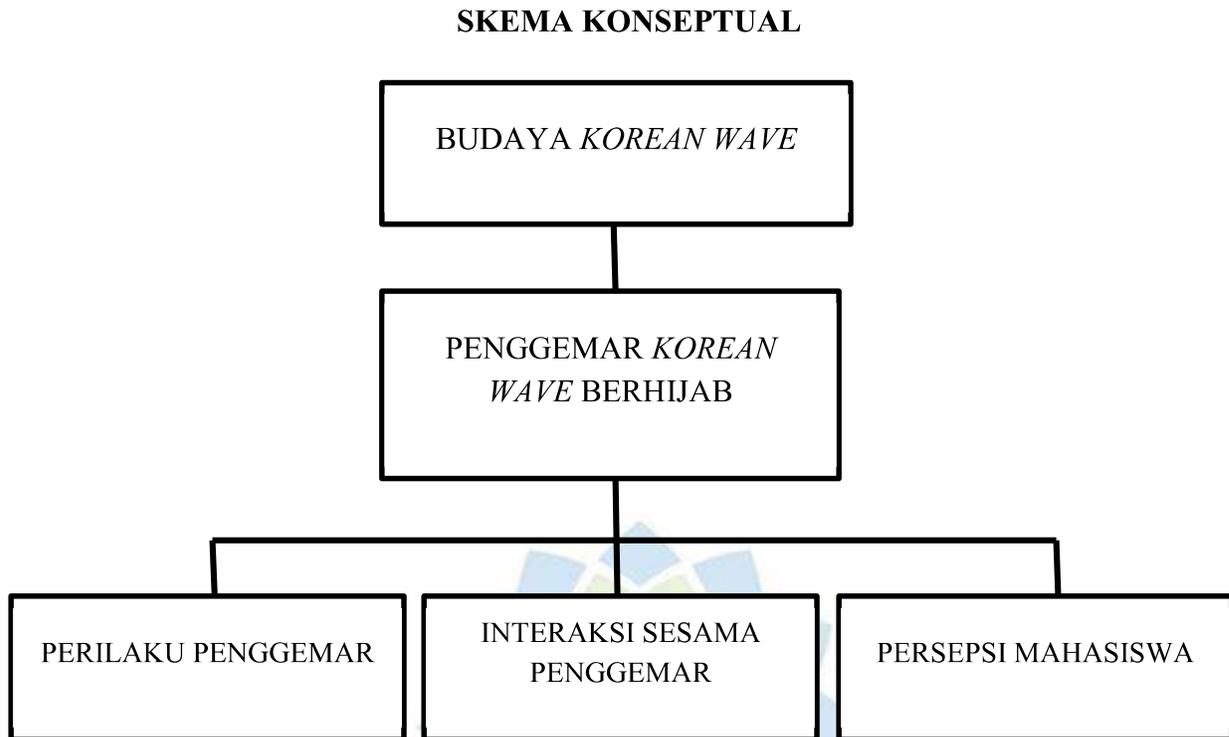
Indonesia dengan mayoritas penduduk beragama muslim pun tidak luput dari euforia *Korean Pop*. Perempuan yang menggunakan hijab pun dapat menerima aliran musik serta konsep yang diberikan oleh gelombang Korea ini. Karena konsepnya yang unik tak heran merkapun kerap kali mendengarkan dan menikmati karya-karya para seniman dari Korea.

Penggemar *K-Pop* dalam berkomunikasi memiliki simbol-simbol yang digunakan dalam interaksi mereka sehari-hari. Simbol-simbol tersebut memiliki makna dan arti dalam kelompok. Makna tersebut hanya dimengerti oleh mereka sesama penyuka kebudayaan Korea. Tidak hanya gaya bahasanya saja yang unik, namun gestur dalam berkomunikasi pun menggunakan simbol-simbol yang

hanya dipahami oleh kalangan mereka saja. Bentuk komunikasi non-verbal yang digunakan kelompok pecinta Korea salah satunya adalah *finger heart*. Hal itu menjadi ciri khas dan menunjukkan bahwa orang yang menggunakan gaya bahasa dan gestur seperti itu merupakan kelompok para pecinta *K-Pop*.

Namun banyak sekali persepsi, pandangan, atau stigma negatif yang didapat oleh para penggemar *K-Pop*, khususnya penggemar *K-Pop* yang berhijab. Mereka dianggap tidak cocok menggunakan konsep dengan tema Korean dan hal itu dianggap norak untuk diterapkan di Indonesia. Beban yang sama dirasakan oleh penggemar *K-Pop* yang menggunakan hijab bahkan lebih besar tekanan yang didapat. Dengan konsep *K-Pop* yang *girlie*, *girlcrush*, dan memang dibentuk semirip mungkin dengan boneka barbie yang notabennya berpakaian terbuka, maka stigma yang didapatpun kebanyakan buruk karena mereka dianggap tidak cocok sama sekali dengan perilaku kehidupan sehari-hari mereka yang menggunakan hijab serta pakaian yang tertutup, tapi mereka mengidolakan dan menjadikan kesenangan yang 180 derajat berbanding terbalik dengan *real life*nya.

Dengan adanya difusi kebudayaan Korea berdampak pada gaya hidup dan perilaku konsumtif mahasiswi. Mereka dianggap akan lebih senang membelanjakan uang mereka tanpa adanya pertimbangan bahwa hal tersebut benar-benar diperlukan atau tidak. Mereka tidak berfikir bahwa hal tersebut merupakan kebutuhan primer, sekunder, atau tersier. Hal yang berlebihan juga dilarang dalam agama Islam, maka dari itu banyaknya persepsi negatif yang diarahkan kepada penggemar *K-Pop* berhijab yang dianggap terlalu berlebihan dan bertentangan dengan agama Islam.



Gambar 1. Skema Konseptual

F. Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian yang membahas mengenai kebudayaan Korea, *hallyu wave* atau *Korean Wave* sudah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh para peneliti sebelumnya berada pada topik dan ruang lingkup yang sama namun setiap penelitian akan berbeda arah dan tujuan sesuai dengan sisi dan sudut pandang yang mereka berikan terhadap objek penelitiannya yaitu membahas mengenai demam Korea yang menjangkit kehidupan para remaja.

Pembeda antara penelitian terdahulu dengan judul yang akan diteliti ini yaitu fokus penelitian dari sisi yang berbeda, yaitu meneliti perilaku para mahasisiwi berhijab yang terserang fenomena demam *Korean Wave* yang dilihat dari

perspektif sosiologis menggunakan teori etnometodologi. Berikut ini peneliti akan *mereview* dari tiga sumber yang berbeda.

- 1) Inayatul Mahmudah. 2015. Dampak Budaya *Korean Pop* Terhadap Penggemar dalam Perspektif Keberfungsian Sosial di Yogyakarta. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Skripsi yang dibuat oleh Inayatul Mahmudah yang membahas mengenai keberhasilan fungsi sosial dengan adanya budaya *Korean Pop*. Dalam karya ilmiah ini budaya *Korean Pop* menghasilkan kreativitas yang luar biasa di kalangan remaja khususnya para penggemar *Korean Pop* ini. Munculnya ide kreatif membangkitkan semangat berwirausaha di kalangan remaja. Hal positif lain juga muncul yaitu meningkatkan hubungan sosial sesama pecinta *Korean Pop*. Tidak hanya positif, tetapi dengan adanya budaya *Korean Pop* ini juga memunculkan sisi negatif dari para remaja, yaitu mereka mengesampingkan kehidupan nyata dan bahkan melupakannya. Mereka sudah nyaman dengan dunia fantasi mereka. Serta menimbulkan emosi yang tidak stabil.
- 2) Vani Ayu Soraya. 2013. Pengaruh Budaya *K-Pop* di Televisi Terhadap Sikap Remaja Surabaya. UPN Veteran Jawa Timur. *Korean Pop* saat ini menjadi fenomena yang sangat diminati oleh remaja di seluruh dunia termasuk Indonesia. Dalam penelitian ini mengukur seberapa berpengaruh budaya Korea terhadap sikap remaja di Surabaya. Data yang dihasilkan berbentuk angka karena menggunakan metode kuantitatif.
- 3) Anditya Arifarheza. 2016. Perilaku Anggota Komunitas Punk Di Surabaya. Universitas Airlangga. Yang melatarbelakangi perilaku yang ditunjukkan oleh

anggota komunitas punk adalah tindakan yang dilakukan oleh anggota komunitas itu sendiri. Persepsi negatif dari masyarakat dibalas oleh mereka dengan melakukan aksi sosial untuk menghilangkan stereotipe negatif yang ditujukan kepada mereka.

