

DRAMA KOREA DAN BUDAYA POPULAR

Oleh :

Velda Ardia

Universitas Muhamadiyah Jakarta
Jl. KH Ahmad Dahlan Cireundeu Ciputat, Jakarta
veldaardia@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian yang ini memfokuskan pada perkembangan budaya Korea di Indonesia akibat globalisasi media. Tahun 2010 hingga 2013 penyebaran drama Korea melalui media televisi tidak pelak sangat mempengaruhi masyarakat Indonesia. Pada akhirnya drama Korea kian menjadi populer di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif yang bisa untuk mendeskripsikan secara luas dan gambang tentang fenomena drama Korea yang berkembang menjadi budaya populer di Indonesia yang kemudian dikenal dengan budaya Hallyu. Hegemoni drama Korea di Indonesia mempengaruhi peningkatan ekonomi dan kunjungan wisata ke Korea. Dampak dari sektor pariwisata meningkatnya kunjungan wisatawan mancanegara yang datang untuk mengunjungi Korea. Semakin populer dan menyebarnya produk-produk khas Korea dari segi elektronik, kuliner, pakaian, peralatan, dan lain-lain. Citra dari Negara tersebut semakin membaik di mata dunia, identitas sudah sudah berhasil mereka sebarakan melalui budaya populernya.

Kata Kunci : Drama Korea, Hollyu, Budaya Populer, Globalisasi Media

A. Latar belakang

Globalisasi yang gencar terjadi saat ini, membawa beberapa perubahan dalam kehidupan antar negara. Terlebih dengan adanya globalisasi media, informasi yang menyebar di beberapa negara menjadi seragam. Terkadang, keseragaman informasi ini juga membawa suatu kebudayaan dari si komunikator informasi. Dan dalam jangka panjang, kebudayaan yang terbawa ini juga menyebar ke beberapa negara di mana informasi itu masuk.

Perkembangan industri hiburan di Korea saat ini sudah sangat maju dan berkembang. Terbukti dari gelombang Korea Wave yang saat ini terus tersebar ke seluruh dunia. Akibatnya negara Korea semakin di kenal di dunia. Budaya, pakaian, makanan, dan apa saja tentang Korea cepat sekali menjadi trend yang sangat di gemari di dunia. alah satu pengaruh penting dari Korean Wave adalah melalui Drama Korea. Jauh sebelum fashion dan musik, Drama Korea telah berhasil mengambil hati banyak orang di dunia. Drama Korea telah berhasi lebih dahulu mendunia baik di Asia maupun di Amerika.

Drama Korea banyak di buat dalam format film seri pendek yang sebagian besar

ditayangkan hanya selama beberapa minggu. Drama Korea dalah kisah pendek yang orang dapat menonton selama dua sampai tiga jam saja dalam sehari.

Drama televisi Korea banyak didasarkan pada cerita romantis, fakta sejarah yang menggambarkan kisah-kisah nyata dari masa lalu, thriller, drama keluarga, dan komedi, serta drama yang menggabungkan dari satu atau lebih kategori. Telah banyak aktor dan aktris Korea yang telah mampu menarik dan mengambil hati orang-orang di seluruh dunia. Dengan bakat yang baik serta penampilan yang menawan, para artis Korea telah mampu mengangkat perkembangan industri hiburan Korea, khususnya melalui drama dan film. Perkembangan Industri hiburan Korea saat ini sedang membawa dirinya ke arah yang lebih bebas, dewasa dan berwawasan luas di mana orang-orang mengenali kemampuan dan bakat para seniman dan mendorong upaya mereka untuk masuk ke dalam bidang ini lebih dalam.

Kebudayaan negara maju yang masuk, diserap secara masif oleh masyarakat. Ia menjadi konsumsi masyarakat secara terus-menerus hingga menjadi kebudayaan baru bagi kehidupan masyarakat tersebut. Inilah yang memicu timbulnya budaya populer

atau budaya pop. Budaya pop adalah budaya yang dibentuk oleh masyarakat yang secara tidak sadar diterima dan diadopsi secara luas dalam masyarakat. Masyarakat membentuk budaya baru dari budaya-budaya yang mereka serap melalui informasi yang mereka peroleh dari kehadiran media global.

Munculnya budaya pop ini, dikhawatirkan menghilangkan budaya asli suatu negara. Orang-orang bersifat konsumtif hanya untuk mengikuti trend budaya pop itu. Budaya pop ini mendorong orang untuk *up to date* agar tak ketinggalan

jaman. Baudrillard mengkritik bahwa konsumsi yang dilakukan oleh orang-orang saat ini bukanlah apa yang mereka butuhkan, namun yang mereka inginkan. Sehingga setiap orang berbagi satu kesamaan penting yakni, mereka semua seragam dalam penggunaan simbol-simbol modernitas. Keberadaan budaya pop dari negara-negara maju ini, dikhawatirkan akan mengikis kebudayaan asli negara-negara berkembang sebagai penerimanya.

Masyarakatnya menjadi orang yang tak punya ciri khas karena keseragaman.

B. Sejarah

Istilah *hallyu* pertama kali diperkenalkan oleh jurnalis Beijing pada pertengahan 1999 di Cina sebagai suatu keterkejutan terhadap pesatnya pertumbuhan popularitas hiburan dan budaya di Cina. Sejak saat itu, ledakan budaya pop Korea meningkat dan mencapai tahap penetrasi aktif di berbagai belahan Asia. Kebudayaan pop yang terangkum dalam industri hiburan film, serial drama, dan musik menjadi kekuatan budaya yang memainkan peranan penting bagi Korea, baik di Asia maupun di kawasan lainnya. Dimulai dari Cina, kemudian kawasan Asia lainnya, Timur Tengah, Eropa, Amerika, dan Afrika, *hallyu* menjadi pintu gerbang masuknya turis ke Korea.

Bahkan di Asia Tenggara, drama Korea menjadi program reguler di televisi Thailand dan Myanmar, aktor dan aktris Korea menjadi selebriti nasional yang diidolakan di Vietnam, Korea menjadi destinasi utama liburan orang Singapura, dan permainan *online* yang diekspor dari Korea menjadi permainan yang sensasional di Indonesia, Malaysia, dan Filipina. Korea kemudian berubah dalam beberapa tahun terakhir, dari negara yang tidak memiliki signifikansi budaya menjadi pusat baru produksi budaya di Asia.

Pertumbuhan budaya Korea ini tidak lepas dari intervensi kebijakan budaya pemerintah Korea di tahun 1980-an untuk memajukan perekonomian dalam sistem politik otoritarian. Pertumbuhan ekonomi mengalami peningkatan signifikan dengan tujuan pembelanjaan negara pada kegiatan yang telah ditentukan. Sayangnya pada era ini Korea membatasi secara ketat industri perfilman yang notabene merupakan salah satu pilar kebudayaan. Ketika kebutuhan akan demokrasi semakin mendesak di tahun 1987, terdapat perubahan signifikan terhadap kebebasan berekspresi bagi para pembuat film.

Perkembangan industri perfilman

Korea ditunjukkan bahwa film-film domestik bernilai jual dan memiliki pasarnya sendiri, dengan fluktuasi *market share* yang bersaing dengan film asing di Korea.

Film Korea tidak hanya dinikmati secara regional, tetapi juga di ekspor. menunjukkan peningkatan ekspor film Korea ke berbagai negara, baik di Asia maupun di luar Asia. Perluasan pasar berarti film Korea bisa diterima di negara lain. Dampaknya, perfilman Korea semakin maju dan memberikan keuntungan yang tidak sedikit kepada negara. Jumlah Ekspor Film Korea Tahun 2002-2006 Perkembangan film juga diiringi dengan perkembangan industri pertelevisian, melalui pembuatan serial drama yang kini menjadi ekspor terbesar sistem penyiaran di Korea. Perkembangan industri ini dipicu oleh kompetisi ketat di antara jaringan pertelevisian untuk mencapai rating tertinggi.

Mayoritas drama yang disiarkan adalah yang berbasis pada historis dan romantisme sehingga cocok untuk dikonsumsi penonton dari lapisan manapun. Implikasinya, serial drama memiliki daya jual yang bagus untuk diekspor ke negara lain, terutama negara-negara di kawasan Asia yang memiliki kedekatan budaya dan geografis dengan Korea

Destinasi Ekspor Program Televisi Korea Tahun 2005-2010 Budaya pop Korea yang mampu melakukan penetrasi aktif secara global lainnya adalah musik, yang dikenal dengan sebutan K-Pop (*Korean Pop*). Jenis musik yang diusung adalah elektronik, elektro pop, hip-hop, R&B, balada, rock, dan pop yang ditampilkan dengan tarian dan dinyanyikan dalam bahasa Korea oleh orang Korea sendiri. Perkembangan musik Korea sebagai industri independen dimulai di awal 1990-an, setelah sebelumnya digabung dengan industri pertelevisian. Industri musik kemudian memanfaatkan pertelevisian dengan menyiarkan konser musik, video klip, berita pembuatan album musik, wawancara penyanyi, dan sebagainya untuk meningkatkan popularitas musik Korea.

1. Definisi Budaya Populer

William memaknai budaya populer adalah budaya yang banyak disukai, dan karya yang dilakukan untuk menyenangkan orang (Storey :2003:10). Merupakan sebuah konsep yang menghasilkan suatu produk yang disebut produk budaya populer yang banyak disukai orang. Keberadaan budaya populer sendiri merupakan wujud perlawanan terhadap kemapanan nilai-nilai budaya tinggi yakni budaya yang dihasilkan oleh kaum-kaum intelektual. Namun kini budaya populer sudah tidak lagi dianggap sebagai budaya rendah karena kaum intelektual pun telah terpapar oleh produk budaya populer.

Budaya pop adalah budaya yang berasal dari “rakyat”. Budaya pop adalah budaya otentik “rakyat”. Budaya pop seperti halnya budaya daerah merupakan budaya dari rakyat untuk rakyat. (Storey, 1993: 17-18) Budaya populer Perkembangan industri budaya itu dapat dilihat dari berbagai produk yang dihasilkan oleh budaya populer (*popular culture*). Konsep budaya populer itu ternyata sangat beraneka ragam, seperti yang dapat dirumuskan berikut ini. Pertama, budaya pop dapat dipahami sebagai kultur yang berasal dari rakyat, oleh rakyat, serta semua hal yang disukai oleh rakyat. Budaya populer dihasilkan melalui teknik-teknik industrial produksi massa dan dipasarkan untuk mendapatkan keuntungan kepada khalayak konsumen massa

Budaya pop berarti lawan dari budaya tinggi (*high culture*). Budaya pop merupakan karya kultural yang tidak dapat masuk dalam kriteria budaya tinggi. budaya pop dalam pengertian seperti yang dikemukakan kalangan neo-gramscian. Konsep budaya pop ini tidak lepas dari terminologi hegemoni sebagaimana yang pernah dikonseptualisasikan oleh Antonio Gramsci. Hegemoni merupakan suatu fenomena kekuasaan yang selalu diwarnai berbagai pertarungan yang tidak pernah berhenti. Kemenangan yang dimiliki oleh pihak yang berkuasa untuk melakukan

dominasi terhadap pihak yang dikuasainya bersifat sementara dan memang tidak akan pernah langgeng serta selalu dalam kondisi tidak stabil . Maka, dalam hal ini, budaya pop merupakan wilayah pertarungan kekuasaan yang dilakukan oleh pihak kelas tertindas melawan kelas yang menindasnya.

2. Ciri Budaya Populer

Sebagaimana dikemukakan Adorno dan Horkheimer, industri budaya dapat dimengerti sebagai budaya yang sudah mengalami komodifikasi serta industrialisasi, diatur dari atas (maksudnya kalangan teknisi serta industriawan yang bekerja di media massa, misalnya surat kabar dan stasiun televisi), dan secara esensial memang diproduksi semata-mata untuk memperoleh keuntungan (*making profits*). Dengan kata lain, industri budaya ditandai oleh proses industrialisasi dari budaya yang diproduksi secara massal serta memiliki imperatif komersial, sehingga proses yang berlangsung dalam industri budaya ini adalah komodifikasi, standarisasi, serta masifikasi. Ciri budaya pop ini adalah spontanitas, "kekasaran" (untuk tidak menyebut vulgar), serta dianggap berselera rendah. Ini, tentu sengaja, merupakan posisi yang berlawanan dengan kalangan kelas atas.

Komodifikasi berarti memperlakukan produk-produk budaya sebagai komoditas yang tujuan akhirnya adalah untuk diperdagangkan. Standardisasi berarti menetapkan kriteria tertentu yang memudahkan produk-produk industri budaya itu mudah dicerna oleh khalayaknya. Adapun masifikasi berarti memproduksi berbagai hasil budaya dalam jumlah massal agar dapat meraih pangsa pasar seluas-luasnya.

B. Pembahasan

1. Perkembangan budaya *hallyu*

Budaya populer Korea atau juga dikenal dengan *hallyu* merujuk pada potret

kerangka budaya pop oleh media Korea seiring dengan nasionalisme komersial yang termanifestasikan dalam tren budaya regional sebagai kemenangan budaya Korea. Dengan kata lain, *hallyu* merupakan gelombang produk budaya pop Korea yang mampu merajai pasar hiburan Korea dan negara di luar Korea.

Popularitas yang diraih oleh budaya Korea terutama dikarenakan unsur apolitical di dalamnya. Hal ini dapat dilihat dari berbagai drama serial yang ditayangkan yang hanya berkisar pada drama sejarah dan percintaan. Selain itu, nasionalisme juga memegang peranan penting, bahwa media dan pemerintah Korea memainkan peranan aktif untuk menjaga agar *hallyu* tetap hidup dan berkembang. Kebanggaan akan budayanya membuat orang Korea percaya bahwa budaya pop mereka akan disukai oleh semua orang di seluruh dunia. Oleh karenanya, setiap insan hiburan Korea merepresentasikan dirinya sebagai perwakilan dari Korea Selatan.

Hallyu kemudian menjadi cara untuk mencapai kekayaan yang lebih lagi dan menciptakan pencitraan yang kuat bagi Korea sehingga muncul pengakuan positif dari seluruh dunia. Sebagai simpulan, menekankan bahwa gelombang Korea dibentuk oleh pemerintah Korea dengan dibantu oleh industri dan media sebagai penggerak dan pelaku budaya pop Korea. *hallyu* dapat diterima di seluruh dunia karena memadukan budaya Barat yang sudah populer dengan nilai Korea yang apolitis, serta dibawakan oleh insan penghibur yang mampu menyedot perhatian. Secara singkat, budaya pop Korea mampu secara terampil mencampur nilai Barat dan Asia sehingga menjadi sesuatu yang bernilai "Korea". Selain itu, dunia yang sekian lama dicekoki dengan hiburan ala Barat memperoleh angin segar ketika wajah-wajah baru, dan tentu saja rupawan, dari timur Asia ini muncul. Setidaknya, meskipun genre yang dipasarkan tidak terlalu berbeda, bintang Korea mampu mengisi dominasi wajah *bule* di ranah hiburan.

Bagi masyarakat Asia, gelombang Korea sebagai wajah baru tidak bersifat mengancam karena mereka Asia. Hal ini semacam Asianisme, suatu pencarian akan budaya alternatif di tengah dominasi Barat. Budaya Korea kemudian menjadi budaya yang diminati karena adanya sensibilitas Asia yang terangkum dalam industrialisasi. Bagaimana budaya pop Korea meraih popularitasnya disadari penulis sebagai landasan untuk melihat sejauh mana fenomena ini dapat bertahan dalam industri hiburan global.

Cenderung memahami budaya Korea sebagai budaya hibrid yang mencampur Barat dan Asia –termasuk penetrasi demokrasi (nilai Barat) di Korea yang membuka kesempatan bagi industri hiburan untuk berkembang – sehingga muncul *hallyu* seperti yang dikenal publik sekarang. Posisi ini melandasi pemikiran bahwa sebenarnya budaya Barat tetap berada di posisinya sementara budaya Korea memang meningkat popularitasnya.

Hallyu tidak mampu mempertahankan nilai Asia dan malah menonjolkan sisi Barat demi perluasan pasar ke Barat, penulis meragukan budaya pop Korea dapat bertahan lama. Hal ini dikarenakan *hallyu* memperoleh tempat di Asia karena dianggap mampu mewakili Asia di kancah budaya global, dan juga terdengar kiprahnya di Barat karena selera Asia ternyata bisa dikombinasikan dengan budaya Barat. Ketika ke-Asia-an *hallyu* ini hilang, penikmat di Asia akan merasa kehilangan sosok idola yang membanggakan Asia. Selain itu, penggemar Korea mungkin saja beralih kembali lebih menikmati suguhan Barat yang telah terbukti bagus daripada menonton tayangan orang Korea yang meniru Barat.

2. Drama Korea Menjadi Budaya Populer

Serial drama yang kini menjadi ekspor terbesar sistem penyiaran di Korea. Perkembangan industri ini dipicu oleh kompetisi ketat di antara jaringan pertelevisian untuk mencapai rating

tertinggi. Mayoritas drama yang disiarkan adalah yang berbasis pada historis dan romantisme sehingga cocok untuk dikonsumsi penonton dari berbagai lapisan. media cetak yang meliputi koran dan majalah; hingga sistem televisi yang berdiri di pusat budaya media (Kellner, 2010: 1). Drama Korea merupakan salah satu media” merupakan salah satu medan di mana budaya populer itu terbentuk. dalam penyebaran buaya dan kini semakin digemari di kalangan penonton, para penonton merasa bahwa menonton drama Korea adalah suatu kebutuhan, dengan menggunakan media televisi, sehingga hal ini membuat stasiun televisi yang mampu memiliki peran yang penting dalam kebutuhan mereka

Hal ini tentu membuat stasiun televisi tersebut semakin mampu mempengaruhi penontonnya, sehingga semakin besar kemungkinan bahwa media dan pesan yang mereka produksi memiliki efek terhadap penonton.

3. Kritisi unsur kapitalis yang ada pada budaya populer (drama korea)

Program televisi untuk menayangkan drama korea tersebut telah dikonstruksi dalam kerangka konsep budaya ‘promosional’ dan postmodern. Konstruksi itu juga ditandai dengan adanya unsur kapitalis di balik pembuatan cerita tersebut. Adanya intertekstualitas dan kaburnya genre pada media televisi yang bersangkutan.

Kajian budaya dan media dalam konteks ini juga menaruh perhatian khusus terhadap konstruksi ideologis program-program televisi. Menurut Gramsci hegemoni ideologis merupakan proses dimana cara pemahaman tentang dunia realitas menjadi begitu nyata dan alami, sehingga memandang alternatif sebagai sesuatu yang tidak masuk akal serta tidak dapat terpikirkan. Bagi gramsci pengetahuan dan budaya populer telah menjadi arena penting bagi tempat pertarungan ideologi kekuasaan itu. Salah

satu teks Gramscian dalam *cultural studies* adalah “*Resistance Through Ritual*” (Hall & Jefferson, 1976)

Fenomena K-Pop ini jika dianalisis melalui pandangan *cultural studies*, fenomena ini tidak hanya sekedar dipahami adalah fenomena musik pop yang sedang hit saat ini saja, akan tetapi dibalik musik korea itu ada kepentingan politik di baliknya. Kepentingan politik itu adalah strategi *soft counter culture* yang dilakukan oleh pemerintah korea, para kaum komoditas yang berada di korea dan bekerjasama dengan kaum komoditas yang ada di Indonesia. *Soft Counter Culture* adalah strategi penjajahan secara halus melalui budaya. Sekarang kita coba melihat lebih dalam lagi keuntungan yang diperoleh bagi kaum komoditas dan efek apa yang terjadi pada masyarakat akan fenomena budaya pop yaitu korean pop ini.

Pertama adalah keuntungan dari munculnya fenomena ini. Dengan hegemoni yang begitu besar masyarakat Indonesia atas korean pop ini para kaum komoditas memperoleh keuntungan yang besar. Keuntungan itu adalah perluasan jajahan musik, drama korea di beberapa negara bertambah, pengadaan konser artis-artis korea yang datang ke Indonesia, penjualan tiket konser yang mencapai 1 juta per tiketnya dikalikan berapa ribu tiket yang habis di jual, penjualan CD atau DVD lagu maupun drama dan reality show korea, penjualan aksesoris yang biasa dipakai artis korea dan itu menjadi trendsetter para fans yang ada di Indonesia, munculnya gaya fashion baru khas korea, penjualan kosmetik dari korea, dan masih banyak lagi keuntungan yang bisa dihasilkan dari satu fenomena budaya yang ada.

Kedua adalah efek yang ditimbulkan melalui adanya fenomena K-Pop ini adalah terkikisnya budaya Indonesia di kalangan generasi penerus bangsa, karena mereka lebih tertarik mempelajari budaya korea yang disuguhkan menarik melalui kemasan-kemasan drama koreanya. Penggunaan bahasa korea pun juga sudah sangat digandrungi di kalangan masyarakat, dan

hal ini terbukti dengan banyak bermunculannya lembaga-lembaga yang membuka kursus bahasa korea. Kepedulian generasi bangsa akan budaya sendiri akan luntur karena mereka memandang budaya korea lebih asik dan lebih keren untuk dipelajari dan dinikmati. Itulah mengapa menyebutkan hal ini adalah soft counter culture penjajahan sevara halus melalui budaya.

Ironinya semua diinternalisasi ke alam bawah sadar masyarakat melalui media yang soft yaitu musik korea. Itulah contoh kasus peran budaya pop dan budaya massa berperan dalam strategi ekonomi politik kaum komoditas atau kaum borjuis, dan berikut penulis akan menjelaskan relasi antara budaya pop dan budaya massa. Masyarakat massa terdiri atas orang-orang yang diatomisasikan, orang-orang yang kurang memiliki hubungan satu sama lain yang bermakna koheran secara moral, (popular culture:30).

Dalam kutipan tersebut menjelaskan bahwa masyarakat massa adalah masyarakat yang dikondisikan untuk hidup secara individualis. Individu-individu dalam masyarakat massa dibiarkan berbuat sesuka hatinya, dan semakin mereka sendiri atau sedikit menemukan komunitas atau institusinya maka semakin kecil pula peluang mereka menemukan jati diri mereka, sehingga mereka pun mudah dikontrol atau dikondisikan seperti yang kaum komoditas inginkan. Kemudian dari sini budaya massa mengambil perannya. Budaya memainkan perannya dalam artian budaya massa dipandang sebagai sumber utama suatu moralitas pengganti yang palsu.

Sehingga, tanpa adanya perantara organisasi yang memadai, individu-individu tadi rentan terhadap manipulasi dan eksploitasi dari lembaga-lembaga utama seperti media massa dan budaya populer yang dijadikan sebagai alat ekonomi politik. Prespektif ekonomi politik memandang bahwa media massa menyampaikan nilai-nilai dan asumsi-asumsi dominan yang berasal dari dan melayani berbagai kepentingan kaum penguasa atau borjuis,

dan memproduksi struktur kelas yang merata.

Budaya populer, sebagai media dia berfungsi untuk menarik masyarakat massa agar terus mengonsumsinya. Alhasil melalui budaya massa hegemoni masyarakat akan budaya populer begitu tinggi dan dapat meningkatkan keuntungan yang besar bagi para kaum komoditas. Hegemoni adalah suatu kondisi yang dikondisikan oleh kaum penguasa untuk mendominasi kaum minoritas melalui media yang digunakannya yaitu budaya populer. Hegemoni muncul dari berbagai aktivitas institusi-institusi maupun kelompok-kelompok tertentu di dalam masyarakat kapitalis.

Kaum Komoditas atau Borjuis mereka selalu mempertahankan arenanya dan memperluas arenanya dengan menggunakan modal-modal yang mereka punyai, seperti modal sosial, modal simbolik, modal cultural dan modal ekonomi. Kaum komoditas juga selalu berusaha memperoleh pencitraan yang baik kepada masyarakat melalui strategi yang ada.

Seperti yang dijelaskan sebelumnya kaum komoditas mengondisikan masyarakat sedemikian rupa dengan media budaya pop dan budaya massa agar membentuk pola perilaku yang konsumtif dan itu akan menguntungkan bagi kaum komoditas. Masyarakat urban sebagian besar tidak menyadari bahwa dirinya berada pada komoditas kaum penguasa, karena kaum penguasa menginternalisasi pemikiran mereka secara halus melalui berbagai institusi dan media yang ada, seperti media elektronik dan media massa. Masyarakat urban seakan sudah terbiasa terbentuk melalui habitus perkotaan yang gemerlap dan konsumtif, hedonis. Alam bawah sadar adalah kondisi manusia pada luar kesadarannya, yang bisa dipengaruhi atau dibentuk melalui cara habituasi yang melibatkan sebagian besar masyarakat, sehingga per individu tidak merasakannya secara langsung.

3. Dampak dari budaya populer bagi Korea

Merupakan keuntungan positif dari budaya hibrid yang bisa diterima siapa saja dengan latar budaya Barat dan Asia. Industri hiburan Korea memahami benar hal ini dan memanfaatkannya demi popularitas dan keuntungan yang lebih besar. Dampaknya, bukan hanya industri saja yang diuntungkan, melainkan pemerintah juga memperoleh imbas baik dalam hal pemasukan negara dan pencitraan Korea demi posisi pengakuan global yang diinginkan. Budaya pop Korea yang memiliki peluang untuk menguasai hiburan global mengingat adanya dukungan pemerintah yang amat besar. Seperti yang dikemukakan oleh Menteri Budaya dan Turisme, Lee Chang-dong, bahwa Korea harus membangun infrastruktur budaya yang lebih kuat dalam rangka mencapai industri budaya global dengan nilai lebih dari \$1,4 trilyun. Dengan kata lain, berbagai upaya dilakukan demi tercipta industri hiburan yang memadai untuk bisa merajai dunia.

- Dampak dari sektor pariwisata meningkatnya kunjungan wisatawan mancanegara yang datang untuk mengunjungi korea,
- Semakin populer dan menyebarnya produk-produk khas Korea dari segi elektronik, kuliner, pakaian, peralatan, dan lain-lain.
- Citra dari Negara tersebut semakin membaik di mata dunia, identitas sudah sudah berhasil mereka sebarakan melalui budaya populernya.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiman, Kris, 2002, *Di depan Kotak Ajaib: Menonton Televisi Sebagai Praktik Konsumsi*, Yogyakarta: Galang Press.
- Kaplan, David dan Robert A. Manners. 2002. *Teori Budaya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Kellner, Douglas. 2010. *Budaya Media: Cultural Studies, Identitas, dan Politik: Antara Modern dan Postmodern*. Yogyakarta: Jalasutra
- Strinati, Dominic. 2009. *Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*. Yogyakarta: AR-RUZZ MEDIA.
- Storey, John. 2006. *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*. Yogyakarta: Jalasutra anggota

