

PENGARUH FENOMENA TREN KOREAN WAVE DALAM PERKEMBANGAN FASHION STYLE DI INDONESIA

Muhammad Alvin Wicaksono¹, Annisa Patricia W,² Dita Maryana³
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya¹
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman²³
Correspondence author: alvinwicaksono21@gmail.com

ABSTRACT

The Korean wave phenomenon has taken the world by storm. Korean Wave is a term that refers to the popularity of Korean pop culture overseas. In this case, the term is used across the country to refer to the wider spread of South Korean pop culture in general or around the world. Besides KPop and Kdrama, Korean culture is also very widespread, even fans apply elements of Korean culture in their daily life. One that is very common in various parts of the world is fashion style or Korean fashion style. The world of fashion is experiencing rapid development, especially Korean fashion, which has influenced hairstyles, ways of dressing, shoes, and even makeup. Korean fashion is considered unique because it represents bright clothing colors and is easy to match with Asian bodies and skin tones. Korean fashion exists and influences its followers in their daily life. From this we can conclude how the problem of dependence on Korean fashion styles affects the behavior of the population in Indonesia.

Keywords : *Globalization , Korean Wave, Fashion*

Latar Belakang

Setiap masyarakat atau manusia pasti mengalami perubahan sepanjang sejarah hidupnya, baik dalam bentuk perubahan terbatas ataupun luas maupun yang lambat atau cepat. Perubahan yang terjadi didalam masyarakat dapat berupa nilai-nilai sosial, norma sosial, pola perilaku sosial, interaksi sosial, dll. Perubahan ini sudah ada sejak dahulu kala. Jadi, perubahan yang terjadi dalam masyarakat dunia saat ini adalah sudah menjadi hal yang biasa. Bahkan, pengaruh perubahan tersebut bisa menyebar dengan sangat cepat ke berbagai belahan dunia lain karena teknologi dan komunikasi modern seperti yang saat ini kita rasakan. Hal tersebut tidak terlepas dari yang namanya akulturasi budaya yang

berkembang di masyarakat. Budaya sendiri memiliki sifat yang dinamis dan selalu tumbuh dalam perkembangan zaman, alasan dari perkembangan budaya tentunya adalah budaya merupakan hasil dari konstruksi manusia yang memiliki sifat yang dinamis. Namun budaya juga terkadang memiliki sifat yang sudah mutlak dan tidak dapat di ubah oleh manusia. Menurut Koentjaraningtar, budaya dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu kebudayaan fisik dan kebudayaan non-fisik (Koentjaraningrat, 1982).

Kebudayaan fisik, merupakan kebudayaan yang berbentuk produk dan sudah bersifat paten, contohnya candi, prasasti, maupun naskah kuno. Sedangkan kebudayaan non-fisik merupakan

kebudayaan yang di konstruksi dari buah pemikiran manusia yang bersifat dinamis dan disesuaikan dengan norma yang berlaku dimasyarakat. Kebudayaan non-fisik dan globalisasi merupakan suatu hal yang saling terkait, oleh karena itu kebudayaan yang bersumber dari konstruksi ide manusia akan lebih mudah diterima masyarakat (Larasati, 2018).

Kebudayaan yang kini sedang hangat diperbincangkan adalah kebudayaan *Korean wave*. *Hallyu* atau *Korean Wave* merupakan gabungan budaya sebagai respon globalisasi budaya versi asia (Valentinda & Istriyani 2013). Kebudayaan ini disebar dengan memanfaatkan teknologi canggih yang sudah mutakhir zaman ini. adanya *Handphone*, internet, laptop maupun perangkat elektronik yang lainnya sangat turut serta dalam mempengaruhi perkembangan zaman. Pola perkembangan masyarakat tentunya menjadi sangat cepat berubah seiring masifnya perkembangan kebudayaan *Korean Wave* yang tengah melanda masyarakat dunia. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian oleh para ahli yang menyebutkan dalam perubahan masyarakat lekat kaitannya dengan media sebagai alat perubahan masyarakat di era modernisasi seperti ini (Li 2004).

Gelombang Korea atau *Korean Wave* dimulai dengan beberapa drama televisi yang dibuat dengan baik yang populer di Asia Timur, industri budaya lokalnya pun telah memajukan beberapa bentuk dari budaya Korea, termasuk K-pop dan permainan digital, yang secara bertahap berhasil menembus pasar global.

Sejak akhir tahun 2000-an, industri budaya Korea telah mengembangkan bentuk- bentuk budaya baru, termasuk game online dan musik, dan telah mencapai Amerika Serikat, Chili, dan Prancis. Industri

game online Korea telah berkembang pesat, dan game online adalah produk perdagangan budaya paling signifikan di negara itu. Ketika industri game Korea menyumbang 67,2% dari ekspor produk budaya negara tersebut pada tahun 2014, banyak negara Barat menikmati game online dari Korea (Jin, 2010; Kementerian Kebudayaan, Olahraga, dan Pariwisata, 2015), seperti halnya negara-negara Asia, termasuk China. (Yoon & Cheon, 2014). Musik populer Korea telah menjadi salah satu bentuk budaya yang paling penting dalam beberapa tahun terakhir. Seperti yang dibuktikan oleh "Gangnam Style" Psy, K-pop telah menjadi mesin pertumbuhan baru yang mendorong hallyu, dengan musisi grup idola yang baru (misalnya, Big Bang, Girls' Generation, JYJ, dan BTS) menjadi populer di negara-negara Asia dan Barat di 2010-an.

Semakin mudahnya akses yang menyeluruh membuat semakin mudahnya penyebaran budaya-budaya Korea di dunia, baik itu makanannya, series tv, cara berpakaian, maupun polaperilaku sosial. Oleh sebab itu, masyarakat akan mudah terpengaruh kebudayaan *Korean Wave* ini khususnya remaja perempuan. Para remaja berusaha seidentik mungkin dengan idolanya, dengan mengikuti gaya berpakaian, pola perilaku, maupun kebiasaan idolanya. Kepopuleran *Korean wave* ini seharusnya sudah bisa menunjukkan keterbukaan masyarakat khususnya Indonesia terhadap gelombang pola kebudayaan Korea ini.

Beberapa dimensi signifikan mendorong pertumbuhan budaya populer lokal di pasar global. Bagian terpenting dari tren hallyu yang baru lahir adalah evolusi media sosial dan pengaruhnya di ranah produk budaya lokal, karena penggemar di seluruh dunia, termasuk Amerika Utara, banyak mengakses media sosial untuk

menikmati K-pop, game digital, dan film (Jin, 2016; Lee & Nornes, 2015). Dengan K-pop, yang populer secara global terutama karena lagu-lagunya menjadi sensasi YouTube, media sosial telah menggeser gagasan aliran budaya global dari budaya populer lokal. Ponsel pintar berbasis Korea dan aplikasi yang relevan, termasuk Kakao Talk dan Line, juga menjadi komponen penting hallyu. Akibatnya, pasar budaya untuk Korea telah berubah. Sementara Asia telah menjadi pasar budaya terbesar untuk industri budaya Korea, bagian lain dunia, termasuk Amerika Utara, Eropa Barat, dan Amerika Latin, secara bertahap mengakui budaya populer Korea—baik produk audiovisual maupun teknologi digitalnya. Demikian pula, Korean Wave saat ini telah melihat perubahan besar pada basis penggemarnya di pasar Asia dan global.

Salah satu kebudayaan *Korean Wave* yang sedang banyak diperbincangkan di dunia adalah fashion style atau Korean Style. Para fans idola baik remaja maupun orang dewasa berlomba-lomba untuk meniru dan mengikuti cara berpakaian dari idola saat berada diatas panggung. Fashion saat ini menjadi kebutuhan bagi setiap orang, bahkan dalam era modern seperti saat ini fashion bertransformasi sebagai alat komunikasi. Pakaian yang digunakan oleh seseorang merupakan gambaran dari jati dirinya. Umumnya, fashion memang dapat mencerminkan kepribadian seseorang, dimana dengan berpakaian seseorang dapat mengekspresikan dirinya sendiri ke khalayak umum (Adomaitis & Johnson, 2008; Nelson & Paek, 2007; Yu et al., 2001). Fashion juga digunakan sebagai ungkapan diri, selain itu juga disesuaikan dengan tingkat kenyamanan serta meningkatkan rasa percaya diri saat dipakai.

Kebanyakan orang menganggap "hanbok" –pakaian tradisional Korea, atau

simbol mode Korea. Orang Korea memakai pakaian ini pada acara-acara khusus. Fitur tradisional dasar pada pakaian hanbok telah dipertahankan seperti di masa lalu. Namun dengan selera estetika zaman dan perubahan kondisi sosial, beberapa gaya hanbok kini menjadi bagian dari fashion Korea.

Sejarah mengungkapkan bahwa orang Korea kuno suka berdandan dengan memakai warna putih. Dengan melakukan itu, mereka bermaksud mencerminkan sebuah simbol dari ketenangan dan disebut "orang berpakaian putih." Namun, tren mode Korea yang sedang dialami saat ini malah mengangkat tema tentang keberagaman atau diversity. Industri fashion Korea telah mendapatkan popularitas luar biasa di seluruh dunia karena praktik media sosial dalam beberapa tahun terakhir. Namun, ekonomi Korea yang berkembang, kekayaan, dan tren mode barat telah membuat banyak evolusi dalam modenya. Tapi fashion Korea Selatan sebenarnya adalah bagian dari budaya Korea. Karena gaya ekspresif dan reflektif yang unik, mode Korea Selatan telah berdampak positif pada tren mode di seluruh dunia. Di kota terkemuka Korea, Seoul, pekan mode diselenggarakan dua kali setahun. Orang-orang di Korea mengikuti tren mode yang berbeda. Namun, sebagian besar mengikuti mode gaya jalanan atau streetwear di mana anak laki-laki muda mengenakan kemeja longgar berukuran besar dan memasangkannya dengan celana atau celana pendek yang santai.

Di sisi lain, anak perempuan lebih suka gaun, off-shoulder, atasan bahu dingin, kemeja bergaris, jaket kulit yang dipasangkan dengan jeans, celana panjang, dan rok. Satu hal yang umum dalam fashion street style Korea adalah wanita Korea suka memakai pakaian yang cenderung lebih besar untuk menyembunyikan struktur tubuh mereka.

Dunia fashion saat ini juga telah berinovasi khususnya fashion Korea sangat mempengaruhi gaya potongan rambut, mode pemakaian, sepatu hingga alat make-up. Keunikan fashion Korean style adalah warna-warna pakaian yang digunakan cenderung lebih cerah dan sangat memudahkan untuk disesuaikan dengan mode pakaian lain. Dengan alasan tersebut tentunya fashion Korean style sangat cocok dengan tubuh dan warna kulit orang Asia. Mode pakaian tersebut juga sangat cocok apabila digunakan di Indonesia yang memiliki iklim tropis dan selera fashion terbuka.

Ritel fashion Korea Selatan telah menjadi sesuatu yang booming, berkat pengaruh kuat dari budaya K-POP di mana-mana dari negara ini. Hal yang dikenal sebagai "K-Wave" atau Hallyu menjadi fenomena di mana-mana, hal ini berasal dari popularitas media sosial dan selebriti lokal, yang mengarah ke adopsi oleh konsumen. Dengan mudah menjadi negara paling modis di Asia, pasar mode lokal Korea diperkirakan mencapai angka 44,32 miliar won pada 2018. Dengan jumlah yang sangat besar, fenomena ini mungkin dapat membuka pintu kepada peluang dan pertumbuhan pasar untuk menjadi merek internasional. Mode cepat fashion Korea saat ini berada pada kecepatan yang tidak ada duanya (Nurcaya, 2021). Kecepatan kilat di mana orang Korea dapat mewujudkan ide pakaian menjadi sesuatu yang nyata menempatkan merek asing dalam bahaya. Untuk memahami permintaan pasar, peritel Korea memiliki pengaruh yang lebih besar dalam hal ini karena kantor pusat dan gudang produksi mereka kemungkinan besar berlokasi di dalam negeri, dengan pemaparan pakaian secara real-time yang membuat gelombang di kancah mode lokal lebih cepat. Seperti yang disebutkan sebelumnya, budaya K-POP dan selebriti

yang kuat adalah elemen penting yang harus diperhatikan saat mereka membuka jalan bagi cara berpakaian konsumen lokal.

Pembahasan

Pengertian fashion sendiri berasal dari bahasa latin, yaitu *factio*, kata tersebut memiliki makna membuat atau melakukan. Arti kata fashion merujuk pada kegiatan, secara umum fashion merupakan sesuatu perilaku yang dilakukan oleh seseorang, tidak seperti dewasa ini yang memaknai fashion sebagai sesuatu yang dikenakan seseorang. Menurut Polhemus dan Procter (Barnard, 2006 dalam Maguire, 2016) menunjukkan bahwa dalam masyarakat kontemporer Barat, istilah fashion sering digunakan sebagai sinonim dari istilah dandanan, gaya dan busana.

Korean Wave adalah istilah yang mengarah pada popularitas budaya pop Korea diluar negeri. Istilah ini dipakai pada seluruh berbagai negara untuk melihat penyebaran terbesar budaya pop Korea Selatan secara menyeluruh atau global. Tidak dapat dipungkiri penyebarannya secara global, Korean Wave sudah terjadi di lapisan-lapisan masyarakat, entah itu dari cara berpakaian cara berbicara, kosmetik, alat kecantikan dan sebagainya. Di Indonesia kebudayaan korea atau *Korean Wave* sudah dapat diterima dengan lebih baik. Alasan yang cukup realistis adalah karena lebih sesuai atau memiliki karakteristik yang sama dengan budaya ketimuran Indonesia dibandingkan dengan Westernisasi yang secara liberal. Selain dari kesesuaian dengan budaya Indonesia, alasan masyarakat Indonesia menerima arus gelombang kebudayaan *Korean wave* adalah memiliki kesamaan letak geografis. Letak Indonesia dan Korea terletak di wilayah asia yang sangat menjunjung norma dan sopan santun yang

berkembang di masyarakat (Larasati, 2018 hal 117).

The Korean Wave (hallyu dalam bahasa Korea) dimulai dengan beberapa drama televisi yang dibuat dengan baik yang populer di Asia Timur, dan industri budaya lokal telah mengembangkan beberapa bentuk budaya Korea itu sendiri, termasuk musik populer (K-pop), animasi, fashion, dan permainan digital. Yang di mana secara bertahap merambah ke pasar global. Minat terhadap budaya populer Korea dan media digital telah memicu tumbuhnya beberapa bidang yang relevan, seperti pariwisata, masakan Korea, fashion, dan bahasa Korea. Karena meningkatnya peran Korean Wave bagi ekonomi dan budaya nasional, pemerintah Korea secara substansial mengubah kebijakannya, khususnya untuk memanfaatkan Korean Wave sebagai sarana soft power untuk meningkatkan citra nasional.

Media populer di Korea Selatan telah mengaitkan asal usul Hallyu dengan beberapa film dan drama TV yang dirilis pada tahun 1999. "*Swiri*", sebuah film inspiratif tentang spionase Korea Utara/Korea Selatan yang dirilis pada tahun 1999, memberikan 'Hallyu' kepada publik karena menjadi sangat sukses di negara-negara di Asia Tenggara. Diikuti oleh drama berjudul "*Autumn in my heart*" pada tahun 2000 yang menopang popularitas dari drama TV '*Swiri*'. Hal ini kemudian diikuti lagi oleh drama TV "My Sassy girl" pada tahun 2001 dan "Winter Sonata" pada tahun 2004. Semua hal ini menjadi sangat populer tidak hanya di Korea tetapi juga di Singapura, Jepang, Taiwan, Hong Kong, Cina dan Vietnam. Keberhasilan produk hiburan ini menciptakan dampak luar biasa dan menjadi titik ledakan popularitas budaya Korea. Sumber media regional cukup

cepat untuk mengambil keputusan dan secara kolektif mengumumkan kelahiran Hallyu. Meskipun ini bisa dikatakan titik dimulainya tren Hallyu. asal-usul sebenarnya dapat digali lebih jauh ke masa lalu. Lima faktor utama yang berkontribusi besar terhadap evolusi Korean wave (egsaugm, 2020). Mungkin faktor terpenting yang akhirnya membuka jalan bagi Hallyu, adalah keputusan Pemerintah Korea di awal 1990-an untuk mencabut larangan bepergian ke luar negeri bagi warga Korea. Ini membuka jalan bagi sejumlah orang Korea untuk menjelajahi dunia barat, terutama AS dan Eropa. Banyak yang mengejar pendidikan mereka di negara-negara ini dan yang lain memulai karir mereka di perusahaan-perusahaan terkemuka di Eropa dan AS sebelum kembali ke Korea pada akhir 1990-an. Orang-orang Korea yang berpendidikan Barat ini membawa perspektif baru dalam berbisnis, fitur dan interpretasi baru terhadap seni, sinema dan musik, serta bentuk ekspresi yang inovatif. Hal ini melahirkan sejumlah besar talenta yang berkesan lebih segar, muda, dan berkualifikasi tinggi yang menunggu untuk mulai mengeksplorasi peluang di Korea.

Restrukturisasi *chaebol* Korea:

Selama waktu yang sama dengan pencabutan larangan, Asia (dan Korea) sedang mengalami krisis keuangan Asia yang parah pada tahun 1997-98. Krisis keuangan Asia adalah fenomena badai utang yang amat sempurna menjadi kepanikan di antara pemberi pinjaman dan tantangan ekonomi regional. Pada Desember 1997, pemerintah Korea mengambil pinjaman sebesar USD 97 miliar dari IMF (International Monetary Fund). Mereka akhirnya hanya

menggunakan USD 19,5 miliar, dan pinjaman itu dilunasi pada tahun 2001 tiga tahun sebelum jatuh tempo. Korea telah menjadi negara miskin hanya beberapa tahun sebelum krisis keuangan Asia, dan mengalahkan kemiskinan adalah sesuatu yang negara itu pelajari dengan cara yang sulit (Hayuningfitriaya, 2021). Oleh karena itu, semua tindakan digunakan untuk membayar kembali pinjaman dan kembali ke jalur dalam waktu singkat.

Krisis meninggalkan Korea dengan dampak masalah citra yang serius, karena banyak pemangku kepentingan global masih percaya Korea masih dalam kondisi buruk, sehingga negara kehilangan investasi asing secara langsung, kekurangan pariwisata, dan menghadapi skeptisisme global. Untuk mengatasi ini, presiden yang akan datang Kim Dae-Jung dan kepala agensi PR global Korea Edelman bersama-sama menulis buku "Korea: On Course – and Open for Business" yang ditujukan untuk investor global (SPH Magazines 360, 2015). Salah satu konsekuensi terbesar dari krisis di Korea adalah efeknya pada chaebol Korea. Chaebol Korea adalah konglomerat yang sangat beragam yang beroperasi secara harfiah di setiap sektor ekonomi mulai dari pembuatan chip hingga pembuatan kapal. Krisis keuangan Asia memaksa para chaebol ini untuk merestrukturisasi model bisnis mereka dengan melepaskan banyak unit bisnis mereka dan berkonsentrasi pada kompetensi inti mereka. Setelah itu, membuka pasar secara internal dan memberi pemain kecil lainnya peluang besar untuk menjelajah ke berbagai bisnis. Lebih banyak pengusaha muncul dari krisis yang didorong oleh peluang. Korea menyadari bahwa semua itu tergantung pada chaebol – jika mereka gagal, negara akan gagal. Presiden Kim Dae-Jung

mendorong teknologi informasi dan budaya populer sebagai dua pendorong utama bagi masa depan Korea (Lee et al., 2008). Teknologi akan menciptakan industri baru di atas manufaktur tradisional yang menjadi andalan Korea sejak bangkit dari kemiskinan dan industri, dan budaya populer dapat menjadi produk ekspor penting yang bernilai miliaran dolar – sementara itu akan membantu mengubah citra Korea.

Korean Wave paling dapat dibedakan dari budaya populer transnasional berbasis lokal lainnya seperti di Meksiko dan Brasil, karena telah mengembangkan beberapa bentuk budaya populer dan teknologi digital pada saat yang sama dan mengeksportnya ke negara-negara Asia dan negara-negara Barat. Jepang telah mengembangkan berbagai bentuk budaya populer— termasuk manga, animasi, dan game konsol—dan mengeksportnya ke berbagai wilayah. Seperti yang ditunjukkan oleh Mia Consalvo (2006), Jepang memang telah memajukan game konsol dan telah menjadi pemimpin global di pasar game. Menariknya, Jepang bisa dibilang bagian dari Barat karena ekonomi dan teknologinya yang maju, seperti yang dikemukakan Stuart Hall (1996). Dengan demikian, Korea adalah satu-satunya negara yang mengaktualisasikan pertumbuhan industri budaya dalam negeri dan ekspor beberapa produk budaya dan teknologi digital. Oleh karena itu, penting untuk memahami fenomena Korean Wave melalui dimensi kuncinya sendiri, termasuk pertumbuhan Korean Wave sebagai budaya populer transkultural dan teknologi digital yang dikembangkan oleh kekuatan lokal.

Salah satu bentuk perubahan nyata yang terlihat akhir-akhir ini adalah fashion Korea yang menjadi salah satu tren telah membentuk budaya populer. Milan, Paris, New York, London, dan Tokyo adalah di

antara kota-kota terkemuka dalam hal mode. Namun belakangan ini, mode Korea juga menjadi tren yang meningkat di seluruh dunia, menjadi kompetitor dari kota-kota tersebut. Sementara di permukaan mungkin tampak seolah-olah tidak ada banyak perbedaan antara budaya fashion Korea dan Barat (K. A. Putri et al., 2019) Memang benar kedua budaya tersebut cenderung berpakaian untuk menjadi terbaik dan menonjol, meskipun cara mereka tampil sangat berbeda. Berikut adalah beberapa perbedaan antara kedua budaya fashion.

Mode Korea agak konservatif sedangkan mode Barat lebih liberal. Dalam hal menunjukkan kulit, orang Korea akan memilih satu bagian untuk dipamerkan dan menutupi sisanya. Misalnya, jika memakai celana pendek mereka tidak akan memakai crop top seperti cara orang Barat berpakaian. Sebaliknya mereka akan memasang celana pendek dengan kemeja elegan atau atasan bermotif, tergantung pada tempatnya berada (Tiara Dewi, Muhammad Amir Masruhim, 2016). Dalam masyarakat Barat, menunjukkan kulit merupakan hal yang sangat umum. Sangat bertolak belakang dengan fashion Korea, perbedaan lain antara kedua budaya adalah percampuran motif. Orang Korea cenderung hanya menggunakan satu atau dua motif agar tetap minimal dan sederhana. Orang Barat akan mencampur tiga sampai empat motif pakaian bersama-sama. Mereka cenderung lebih eksperimental dengan gaya mereka. Kedua budaya didedikasikan untuk fashion dan membuat pernyataan. Cara mengeksekusi ide-ide dan gaya individu mereka bervariasi dari budaya ke budaya. Memang benar bahwa keduanya adalah sumber inspirasi bagi dunia mode, keduanya menarik tipe individu yang berbeda (I. P. Putri et al., 2019).

Ibu kota Korea Selatan, Seoul,

menyelenggarakan Seoul Fashion Week yang sangat populer dua kali setahun yang merupakan impian para pecinta mode untuk menjadi bagian darinya. Sejak dulu, fashion selalu menjadi bagian dari budaya Korea, tetapi tidak pernah menjadi sebesar (atau populer) seperti sekarang. Seiring popularitas Korea yang meningkat dengan K-pop, serta drama dan film Korea, fashion Korea juga turut berkembang.

Pemerintah Kota Seoul sebenarnya membayar sebagian besar Seoul Fashion Week. Ini berarti bahwa merek-merek fashion yang sedang berkembang mampu menampilkan koleksi mereka di ruang yang sama, dengan model papan atas yang sama, produser pertunjukan, pencahayaan, suara, dan akses ke pers dan pembeli internasional seperti merek-merek yang telah ada selama lebih dari 20 tahun dan bernilai jutaan, jika bukan miliaran, dolar. Di Tokyo, tidak ada dukungan pemerintah untuk merek fashion baru yang hanya dapat mereka tunjukkan jika mereka mendapatkan sponsor atau membayar dengan cara mereka sendiri; di Singapura, merek lokal harus membayar untuk menjadi bagian dari "Singapore Fashion Week".

Fashion adalah sebuah industri, bukan seni. Mode fashion adalah bagian dari ekonomi suatu negara. Pemerintah Korea telah menyadari hal ini dan, tentu saja, menyadari bahwa investasi pada perancang busana muda pada akhirnya akan menghasilkan lebih banyak uang di pundi-pundi mereka. Perancang busana dari Korea mendapatkan banyak eksposur di seluruh dunia. Masyarakat umum di Seoul dan di kota lain di Korea dikenal karena selera mode mereka yang sempurna dalam kehidupan sehari-hari,

baik pria maupun wanita. Perancang busana mendukung penyanyi dan aktor yang sedang naik daun dengan pakaian gratis dan kemudian, ketika mereka menjadi bintang, wajah-wajah terkenal berjalan di landasan pacu secara gratis. Ini adalah hubungan jangka panjang terhadap tren fashion korea yang terkenal di dunia.

Keeksotisan budaya Korea Selatan memang tidak diragukan lagi, kebudayaan yang beragam dan unik serta didukung dengan kemajuan teknologi menambah modernitas negeri ini, tidak mengherankan apabila kebudayaan Korea sudah dikenal secara global. Berbagai acara tv, baik series maupun film hingga grup idol dengan jenis music K-Pop seperti BTS, Twice, maupun BlackPink telah dikemas dengan apik sehingga dapat mewakili budaya yang berkembang di Korea Selatan tersebut. Budaya Korea telah berkembang pesat dan menyebar secara global selama dua dekade terakhir. Keberadaannya cenderung diterima oleh masyarakat dari berbagai kalangan sehingga memunculkan fenomena "Korean Wave" atau Hallyu. Fenomena ini banyak ditemukan di Indonesia dan dampaknya terasa dalam kehidupan sehari-hari, khususnya pada kaum milenial. Pesatnya perkembangan teknologi informasi akibat globalisasi menjadi penyebab utama antusiasme masyarakat terhadap Korean wave di Indonesia. Korean wave sendiri sudah dimulai dan sangat identik dengan dunia hiburan karena musik, drama, dan variety show berpadu dengan baik untuk mewakili budaya Korea (Pramadya & Oktaviani, 2016). Seiring berjalannya waktu, budaya Korea telah banyak diadopsi dalam kehidupan sehari-hari

para pecinta budaya Korea, mulai dari fashion hingga makeup, perawatan kulit Korea, makanan, gaya berbicara dan bahasa. Awal mula tersebarnya gaya berpakaian ala korea salah satunya adalah karena para penggemar yang menirukan gaya berpakaian idolanya. Semakin berlalunya waktu, kini bukan hanya penggemar K-Pop saja yang memakai Style ini, tetapi masyarakat luas. Gaya berpakaian yang casual, simple ala idol menjadi daya tarik tersendiri bagi anak muda karena mudah ditirukan dan tidak sulit untuk dicari.

Di Indonesia sendiri, penyebaran budaya pop dari Korea dimulai sejak tahun 2002 setelah Piala Dunia Korea Selatan dan Jepang. Momen tersebut yang diselenggarakan di stasiun televisi Indonesia, kemudian digunakan untuk memperkenalkan drama seri Korea Selatan atau K-Drama. Trans TV menjadi stasiun televisi pertama yang menayangkan K-Drama berjudul *Mother's Sea* pada 26 Maret 2002. Lalu menyusul Indosiar dengan *Endless Love* pada 1 Juli 2002. Tercatat terdapat sekitar 50 judul drama Korea yang tayang di stasiun TV swasta Indonesia pada tahun 2011 dan terus meningkat

Indonesia ikut serta menjadi negara yang terkena dampak dari adanya fenomena *Korean wave*. Apa yang dipakai oleh idola mereka, seringkali jadi trending bahkan di negara lain. Seiring dengan perkembangan tahun dan semakin mudahnya kita dalam mengkonsumsi konten informasi berkaitan dengan Korea, pengaruh dari Korea semakin terasa dekat. Termasuk dalam hal fashion, kita dapat dengan mudah mengetahui item apa yang lagi sedang ramai diperbincangkan dan sedang dipakai oleh idola favorit, style berpakaian mereka tentunya sangat

diperhatikan secara detail. Mulai tahun 2012 hingga saat ini, fashion Korea masih menjadi *trend center* dalam gaya berpakaian terlebih lagi dikalangan remaja Indonesia. Perkembangan *Korean wave* yang cukup pesat ditambah dengan dukungan pemerintah Korea menambah semakin meluasnya pengaruh ini, dan tanpa disadari memiliki segmentasi pasar tersendiri.

Penyebaran K-Pop dan K-drama, budaya Korea juga telah menyebar bahkan diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari. Diantaranya adalah makanan, perawatan kulit, makeup, fashion bahkan K-Style. Sementara produk perawatan kulit dan makeup Korea terutama menargetkan pasar wanita, fashion style ala Korea malah ikut melibatkan kaum pria dalam fashion style. Pasalnya, pria Korea dikenal sangat menjaga penampilan dengan selalu mengikuti tren fashion. Indonesia merupakan salah satu negara yang terkena *Korean wave* yang cukup besar, sehingga banyak orang yang mengagumi budaya negeri ginseng tersebut. Bahkan di Indonesia sendiri banyak sekali jajanan atau makanan Korea. Seperti sekarang, yang menarik dalam bisnis fashion adalah menggunakan kemeja yang dipadukan dengan rompi atau rompi ala Korea.

Munculnya budaya modern Korea menghiasi pertelevisian di Indonesia. Dengan gaya berpakaian yang menarik dan penampilan TV yang menggembirakan, pemirsa pasti akan mengidolakan artis Korea. Saat ini banyak remaja di Tanah Air yang menikmati budaya Korea modern, misalnya mengikuti gaya rambut dan pakaian bintang Korea. Dengan demikian, budaya Korea modern memiliki pengaruh global, termasuk budaya sehari-hari seperti gaya rambut dan pakaian. Saat ini konsumsi barang terutama pakaian dari Korea meningkat tajam. Desain

pakaian Korea yang beredar di pasaran masih merupakan rok mini dan pakaian *crochet* yang populer di kalangan remaja. Hingga saat ini, fashion Korea mendominasi di Indonesia, mulai dari aksesoris, tas, sepatu dan lainnya. Begitu pula dengan pakaian anak-anak yang mulai didominasi produk Korea. Maka tak heran jika beragam produk impor dari Korea menjadi *best seller* di *Women's Store*.

Dengan semakin luasnya distribusi model pakaian Korea di Indonesia, jumlah tersebut kini semakin meningkat didukung oleh tingginya permintaan model pakaian Korea di Indonesia. Terbukanya pasar impor terkait kebijakan pasar perdagangan bebas ASEAN juga menjadi salah satu faktor yang mendorong banyaknya jumlah pakaian Korea sehingga setiap kali ingin membeli pakaian Korea di toko online.

Model pakaian Korea terbaru yang didominasi gaya mewah bulan ini telah ditambahkan ke katalog dunia mode rumah. Gaya Victorian yang chic memiliki dua fitur penataan yang dapat dikenakan untuk acara santai atau bahkan paling formal. Jika dulu *streetwear* mendominasi pangsa pasar model pakaian Korea, maka kemunculan *chic Victorian style* merupakan terobosan bagi para wanita dewasa yang ingin ikut serta dalam mengenakan berbagai pakaian Korea agar selalu bisa tampil se-elegan. mereka masih muda. wanita pada umumnya.

Fashion Korea juga sering disebut sebagai fashion yang paling disukai remaja Indonesia karena mereka mengira akan seperti artis yang mereka idolakan jika menggunakan fashion Korea. Oleh karena itu, budaya fashion Korea saat ini telah banyak berubah dari budaya Indonesia. Sampai remaja Indonesia melupakannya, mereka punya selera fashion sendiri-sendiri, karena fashion Korea sudah terkenal. Tidak masalah jika Anda

berpakaian Korea, selama Anda ingat budaya berpakaian di Indonesia. karena sebagai orang Indonesia kita harus melestarikan budaya fashion kita sendiri agar tidak terlupakan.

Korea Style yang sedang menjadi sebuah fenomena dunia ini bisa mempertahankan eksistensinya hingga sekarang. Berbagai bentuk praktik sosial yang lebih mengarah pada persaingan ciri-ciri simbolik mereka mengeluarkan karakter, penghayatan serta beraksi layaknya sang idola ini mendapatkan kategori sebagai berikut: dalam praktik sosialnya, mereka bisa mempertahankan eksistensi dalam gaya fashion yang mempunyai genre sesuai dengan yang mereka gunakan. Dalam sisi ini mereka hanya berpenampilan layaknya pelaku imitasi dari tokoh idol Kpop dengan ciri-ciri khas yang dimiliki di ranah event Korea seperti pelaku dance cover lebih memperhatikan detail-detail yang dimiliki oleh sang Idol dan berpenampilan total sehingga mereka mendapatkan covernya. Informan kategori kurang mendapatkan eksistensi lebih kepada tidak terlalu memperhatikan ciri-ciri khusus yang dipergunakan. Namun, lebih kepada berpenampilan modis dan tetap berkiblat kepada gaya berfashion tokoh idola Korea tetapi tidak terlalu memperhatikan ciri-ciri khusus yang dipergunakan. Keberadaan artis Kpop saat ini banyak mempengaruhi preferensi para milenial dalam beberapa hal. Misalnya semakin maraknya penggunaan produk-produk skincare dan make up Korea, style Korea, konsumsi makanan Korea, dan lainnya.

Fashion Korea juga sering disebut sebagai fashion favorit di kalangan remaja Indonesia karena menurut mereka akan terlihat seperti artis yang mereka idolakan jika menggunakan fashion Korea. Demam Korea

sedang menjangkiti Indonesia. Kostum yang digunakan penyanyi untuk boy group dan girl group selalu menarik perhatian. Mustahil untuk tidak menyebutkan drama dengan aktor cantik dan aktris cantik dengan pakaian yang sangat modis. Semua hal ini membuat banyak orang Indonesia yang jatuh cinta dengan gaya Kpop.

Gaya busananya populer di kalangan wanita & pria muda. Bahkan bukan hanya style pakaiannya namun gaya dandanannya yang natural pun banyak disukai. Gaya fashion ala Korea memang berkesan simpel tanpa banyak aksesoris. Kamu bisa tampil stylish tanpa butuh usaha yang berlebih.

Oleh karena itu, budaya fashion Korea saat ini banyak mengalami perubahan dari budaya Indonesia. Tentunya melihat semakin meluasnya pengaruh *Korean Wave* di Indonesia, khususnya di bidang fashion style menjadikan perilaku meniru dan konsumtif lebih tinggi. Alasan yang sering dikeluarkan adalah keinginan untuk memiliki rasa loyalitas dan keinginan diakui. Menurut Thorne dan Burner hal tersebut merupakan karakteristik utama dari kegiatan fanatisme yang apabila tidak dikontrol akan menimbulkan masalah sebagai contoh *addiction* atau ketergantungan (Putri et al., 2019). Menurut Azmi (2019), Dampak yang akan ditimbulkan kemudian adalah lunturnya kebudayaan Indonesia, demam korea yang melanda Indonesia semakin mengkhawatirkan, hampir setiap sisi kehidupan masyarakat ada unsur korea maupun *Korean Wave* tentunya adanya pengaruh tersebut jangan sampai menggeser nilai kebudayaan Indonesia. Namun, dari segi dampak positifnya adalah masyarakat akan dituntut lebih

kreatif dan lebih terbuka terhadap budaya yang sedang berkembang.

Kesimpulan

Budaya Korea yang hadir di Indonesia mengubah banyak perilaku masyarakat khususnya penggemar budaya Korea. Fenomena ini disebut Korean Wave. Dalam berbagai bidang salah satunya fashion style, Korean Wave mempengaruhi gaya berpakaian dan berbusana masyarakat Indonesia. Banyak fashion style bermunculan yang berkiblat kepada fashion di negara Korea Selatan. Mulai dari pakaian, sepatu, bahkan make-up, kini sudah dipengaruhi oleh sentuhan ala Korea. Banyak artikel fashion bermunculan membahas tentang tips cara berpakaian seperti orang Korea. Hal ini dapat menjadi pisau bermata dua, dimana di sisi positifnya pengaruh Korean Wave dalam gaya berpakaian di Indonesia dapat memacu kreativitas penggunaannya, namun di sisi lain hal ini dapat melunturkan budaya berpakaian bangsa Indonesia yang sudah dilakukan turun-temurun. Maka dari itu, haruslah kita bijak dalam memakai gaya busana yang sopan dan pantas, tidak menentang norma-norma berpakaian di Indonesia, namun tidak membatasi kreativitas yang kita miliki.

Referensi

- Adomaitis, A. D. & Johnson, K. P. (2008). Advertisements: Interpreting images used to sell toy young adults. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 12(2), 182–192.
- Pemikiran Sosiologi 2(2).egsaugm. (2020). *Fenomena Korean Wave di Indonesia*. <https://egsa.geo.ugm.ac.id/2020/09/30/fenomena-korean-wave-di-indonesia/>
- Hayuningitriaya, N. G. (2021). *Fenomena Fashion K-Pop Idol, Jadi Tren Berpakaian*

Anak Muda Masa Kini. <https://www.kompasiana.com/nhfitriay/6161684f24da92704735a7c3/fenomena-fashion-k-pop-idol-jadi-tren-berpakaian-anak-muda-masa-kini>

- Koentjaraningrat, 1982. *Pengantar Antropologi*. Jakarta: Penerbit Aksara Baru.
- Ritzer, G, 2010. *Globalization: A Basic Text*. United Kingdom: Wiley-Blackwell.
- Robertson, R, 1992. *Globalization: Social Theory and Global Culture*. London: Sage Publications.
- Robertson, R. 2001. "Globalization Theory 2000+: Major Problematics", in G. Ritzer & B. Smart (ed.), *Handbook of Social Theory*. London: Sage Publications.
- Taylor, Edward B., 1987. *Primitive Culture: Research into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Art, and Custom*. New York: Henry Holt Publisher
- Larasati, D. (2018). Globalization on Culture and Identity: Pengaruh dan Eksistensi Hallyu (Korean- Wave) Versus Westernisasi di Indonesia. *Jurnal Hubungan Internasional*, 11(1), 109. <https://doi.org/10.20473/jhi.v11i1.8749>
- Lee, Y.-R., Medvedev, K., Hunt-Hurst, P., & Choi, Y.-J. (2008). How the Korean Fashion Industry is Viewed by WWD USA. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 32(12), 1915–1926. <https://doi.org/10.5850/jksct.2008.32.12.1915>
- Maguire, J. (2016). Sport, Identity Politics, and Globalization: Diminishing Contrasts and Increasing Varieties. *Sociology of Sport Journal*, 11(4), 398–427. <https://doi.org/10.1123/ssj.11.4.398>
- Nelson, M. R. & Paek, H. J. (2007). A content analysis of advertising in a global magazine across seven countries. *International Marketing Review*, 24(1), 64–86.
- Nurcaya, I. A. H. (2021). *Wah! Demam*

- Korea Dorong Daya Beli Masyarakat.*
<https://ekonomi.bisnis.com/read/20210108/12/1340268/wah-demam-korea-dorong-daya-beli-masyarakat>
- Pramadya, T. P., & Oktaviani, J. (2016). Hallyu (Korean Wave) as Part of South Korea's Cultural Diplomacy and Its Impact on Cultural Hybridity in Indonesia. *Jurnal Dinamika Global*, 1(01),87–116.
<https://doi.org/10.36859/jdg.v1i01.16>
- Putri, I. P., Liany, F. D. P., & Nuraeni, R. (2019). K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia. *ProTVF*, 3(1), 68.
<https://doi.org/10.24198/ptvf.v3i1.20940>
- Putri, K. A., Amirudin, A., & Purnomo, M. H. (2019). Korean Wave dalam Fanatisme dan Konstruksi Gaya Hidup Generasi Z. *Nusa: Jurnal Ilmu Bahasa Dan Sastra*, 14(1), 125.
<https://doi.org/10.14710/nusa.14.1.125-135>
- SPH Magazines 360. (2015). *Why Korean fashion is so good right now.*
<https://www.sphmagazines.com.sg/blog/industry-talk/sph-magazines-360/2015/why-korean-fashion-is-so-good-right-now>
- Shu Chu Sarrina Li, 2004. "Market Competition and The Media performance of Taiwan's Cable Television Industry", *Journal of Media Economic*, 17 (4).
- Tiara Dewi, Muhammad Amir Masruhim, R. S. (2016). Fenomena Budaya Korea Modern Dalam Cara Berpakaian Di Kalangan Remaja Sma Negeri 3 Cirebon Di Kelas X6
- Fitri. *Laboratorium Penelitian Dan Pengembangan FARMAKA TROPIS Fakultas Farmasi Universitas Muallawarman,Samarinda, Kalimantan Timur, April, 5–24.*