

Pengaruh Budaya K-Pop Terhadap Sikap Remaja Surabaya
(Studi Deskriptif Kuantitatif Tentang Pengaruh Budaya K-Pop di Televisi
Terhadap Sikap Remaja di Kota Surabaya)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program
Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur



Oleh

VANI AYU SORAYA

0943010223

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

SURABAYA

2013

LEMBAR PERSETUJUAN

JUDUL PENELITIAN : PENGARUH BUDAYA K-POP TERHADAP
SIKAP REMAJA SURABAYA
(Studi Deskriptif Kuantitatif Tentang Pengaruh
Budaya K-Pop di Televisi Terhadap Sikap Remaja
Surabaya)

Nama Mahasiswa : Vani Ayu Soraya
NPM : 0943010223
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Telah disetujui untuk mengikuti ujian / seminar skripsi

Pembimbing

Dra.Herlina Suksmawati, M.si
NIP. 19641225 199309 2001

Mengetahui
Ketua Program Studi

Juwito, S.Sos, M.Si
N.P.T. 3.6704.95.0036.1

PENGARUH BUDAYA K-POP TERHADAP SIKAP REMAJA SURABAYA
(Studi Deskriptif Kuantitatif Tentang Pengaruh Budaya K-Pop di Televisi Terhadap Sikap
Remaja di Kota Surabaya)

Disusun Oleh :

Vani Ayu Soraya
0943010223

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian / Seminar Skripsi.

Menyetujui,
PEMBIMBING

Dra.Herlina Suksmawati, M.si
NIP. 19641225 199309 2001

Mengetahui,
DEKAN

Dra.Hj.Suparwati.M.Si
NIP. 19550718 19830 2201

PENGARUH BUDAYA K-POP TERHADAP SIKAP REMAJA
SURABAYA
(Studi Deskriptif Kuantitatif Tentang Pengaruh Budaya K-Pop di Televisi
Terhadap Sikap Remaja di Kota Surabaya)

Oleh :

VANI AYU SORAYA

NPM. 0943010223

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal 18 Juli 2013

PEMBIMBING

Tim Penguji :

1. Ketua

Dra. Herlina Suksmawati, M.Si
NIP. 19641225 199309 2001

Juwito, S.Sos.M.Si
N.P.T. 3.6704.95.0036.1

2. Sekretaris

Drs. Kusnarto, M.Si

NIP. 19580801 198402 1001

3. Anggota

Dra. Herlina Suksmawati, M.Si
NIP. 19641225 199309 2001

Mengetahui,

DEKAN

Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si
NIP. 19550718 198302 2001

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahhirabbil'allamiin, Segala puji bagi Allah SWT Tuhan semesta alam atas segala berkat, rahmat, taufik, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh Budaya K-Pop Terhadap Sikap Remaja Surabaya (Studi Deskriptif Kuantitatif tentang Pengaruh Budaya K-Pop di Televisi Terhadap Sikap Remaja Surabaya)".

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Dra. Herlina Suksmawati, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sejujurnya penulis akui bahwa kesulitan selalu ada di setiap proses pembuatan Skripsi ini, tetapi faktor kesulitan itu lebih banyak datang dari diri sendiri, kesulitan itu akan terasa mudah apabila kita yakin terhadap kemampuan yang kita miliki. Semua proses kelancaran pada saat pembuatan Skripsi penelitian tidak lepas dari segala bantuan dari berbagai pihak yang sengaja maupun tak sengaja telah memberikan sumbangsuhnya. Maka penulis wajib mengucapkan banyak terimakasih kepada mereka yang disebut berikut :

1. Ibu Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
2. Bapak Juwito, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Dosen-dosen Ilmu Komunikasi yang telah banyak memberikan ilmu dan dorongan dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Penulis ucapkan rasa terima kasih kepada keluarga khususnya Ayah dan Mama yang telah mendoakan dan selalu memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi penelitian ini.
5. M. Indrio Nugroho a.k.a Kario kakak sekaligus teman yang selalu memberikan dukungan semangat, motivasi serta membantu proses pengerjaan skripsi ini hingga selesai.
6. Tak lupa penulis ucapkan rasa terima kasih secara khusus kepada teman-teman yang tidak dapat penulis sebutkan satu – persatu.
7. Keluarga biru AK UPN RADIO. Terima kasih atas kekompakan dan inspirasinya selama ini.
8. Terima kasih kepada seluruh pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu oleh penulis atas bantuannya yang diberikan selama menyelesaikan skripsi penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan Skripsi penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, maka kritik dan saran yang bersifat membangun sangatlah dibutuhkan guna memperbaiki kekurangan yang ada. Akhir kata penulis berharap kerangka acuan skripsi ini dapat memberikan wawasan dan pengetahuan kepada para pembaca pada umumnya dan pada penulis pada khususnya.

Surabaya, 04 Juli 2013

Penulis

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|-------------------------------|---------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| DAFTAR ISI | vi |
| DAFTAR GAMBAR | x |
| DAFTAR LAMPIRAN | xi |
| DAFTAR TABEL | xii |
| ABSTRAK | xvi |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah | 19 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 19 |
| 1.4. Manfaat Penelitian | 19 |

BAB II KAJIAN PUSTAKA

| | |
|---|----|
| 2.1. Penelitian Terdahulu | 21 |
| 2.2. Komunikasi Massa | 23 |
| 2.2.1 Televisi Sebagai Komunikasi Massa | 26 |
| 2.3. Pengaruh Media Massa (Televisi) | 29 |
| 2.4. Budaya | 33 |
| 2.4.1 Pengertian Budaya | 33 |
| 2.4.2 Unsur – Unsur Budaya | 36 |
| 2.4.3 Wujud dan Komponen Budaya | 37 |
| 2.5. Budaya Populer | 41 |
| 2.5.1. Pengertian Budaya Populer | 41 |
| 2.5.2. Ciri-ciri Budaya Populer | 42 |
| 2.6. Budaya K-Pop | 45 |
| 2.7. K-Pop | 46 |
| 2.8. Sikap | 47 |
| 2.9. Remaja Sebagai Khalayak | 51 |
| 2.9.1. Pengertian Remaja | 51 |
| 2.10. Teori S-O-R (S-O-R Theory) | 53 |
| 2.11. Teori Kultivasi | 56 |
| 2.12. Kerangka Berpikir | 57 |
| 2.13. Hipotesis | 58 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|--|----|
| 3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel | 59 |
| 3.1.1. Definisi Operasional | 59 |
| 3.1.2. Pengukuran Variabel | 65 |
| 3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel | 71 |
| 3.2.1. Populasi | 71 |
| 3.2.2. Sampel dan Teknik Penarikan Sampel | 72 |
| 3.3. Teknik Pengumpulan Data | 73 |
| 3.4. Teknik Analisis Data | 74 |
| 3.5. Uji Hipotesis | 76 |

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

| | |
|---|-----|
| 4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian | 78 |
| 4.1.1. Gambaran Umum Remaja Surabaya | 78 |
| 4.1.2. Gambaran Umum Budaya K-Pop | 82 |
| 4.2. Penyajian Data dan Analisis Data | 84 |
| 4.2.1. Identitas Responden | 84 |
| 4.2.2. Pengaruh Budaya K-Pop | 87 |
| 4.2.3. Sikap Remaja | 100 |
| 4.2.3.1 Aspek Kognitif | 100 |

| | |
|---|-----|
| 4.2.3.2 Aspek Afektif | 104 |
| 4.2.3.3 Aspek Konatif | 109 |
| 4.2.4 Analisis Regresi dan Uji Hipotesis | 115 |
| 4.2.4.1 Analisis Regresi Linear Sederhana | 115 |
| 4.2.4.2 Uji t | 118 |
| 4.3. Pembahasan | 120 |
| | |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | |
| 5.1. Kesimpulan | 121 |
| 5.2. Saran | 121 |
| | |
| DAFTAR PUSTAKA | 122 |
| LAMPIRAN | 125 |

ABSTRAK

VANI AYU SORAYA. PENGARUH BUDAYA K-POP TERHADAP SIKAP REMAJA SURABAYA (Studi Deskriptif Kuantitatif tentang Pengaruh Budaya K-Pop di Televisi terhadap Sikap Remaja di Kota Surabaya.)

Dewasa ini K-Pop (Korean Pop Culture) menjadi fenomena besar di banyak negara termasuk Indonesia. K-Pop tidak hanya merupakan genre musik, tetapi juga merupakan fenomena budaya bagi banyak orang. Selain itu, K-Pop juga dapat mempengaruhi sikap dari para penggemarnya. Penelitian ini berusaha menganalisis sejauh mana K-Pop mempengaruhi sikap remaja di Surabaya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teori Kultivasi sebagai landasan teori untuk penelitian ini. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 remaja dengan teknik penarikan accidental sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi sederhana dan diuji dengan uji t.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial budaya K-Pop berpengaruh terhadap sikap remaja di kota Surabaya, hal ini dibuktikan dengan t_{hitung} sebesar $16,970 > t_{tabel}$ sebesar 1,984.

Kata kunci : K-Pop, budaya populer, pengaruh, sikap, remaja.

ABSTRACT

VANI AYU SORAYA. THE INFLUENCE OF K-POP CULTURE ON ADOLESCENT ATTITUDES IN SURABAYA (Quantitative Descriptive Study on the Influence K-Pop Culture in television on Adolescent Attitudes in the city of Surabaya.)

Nowadays the K-Pop (Korean Pop Culture) become a huge phenomenon in many countries including Indonesia. K-Pop is not only a musical genre, but also a cultural phenomenon for many people. In addition, K-Pop can also affect the attitudes of fans. This study seeks to analyze the extent to which K-Pop influence adolescent attitudes in Surabaya.

This study uses a quantitative approach. Cultivation theory as the theoretical basis for this study. The number of samples in this study were 100 adolescents with accidental sampling technique. Data were collected through questionnaires. The analytical method used is a simple regression analysis and t-test.

The results showed that partially K-Pop culture influence adolescent attitudes in the city of Surabaya, this is evidenced by t_{count} $16.970 > 1.984 t_{table}$.

Keywords: K-Pop, popular culture, influences, attitudes, adolescent.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Saat ini kemajuan teknologi dan informasi telah terjadi di berbagai negara, termasuk di Indonesia. Kemajuan teknologi komunikasi yang ditandai dengan makin luasnya jaringan televisi, radio, dan internet yang tersebar di berbagai negara dengan budaya yang berbeda membuat masyarakat di suatu negara dengan mudah mendapatkan berbagai informasi dari negara-negara di berbagai belahan dunia. Hal inilah yang, antara lain, mendorong terjadinya globalisasi.

Globalisasi merupakan sebuah istilah yang memiliki hubungan dengan meningkatnya keterkaitan dan ketergantungan antarbangsa dan antarmanusia di seluruh dunia, baik itu dalam aspek perdagangan, investasi, perjalanan, budaya, serta bentuk-bentuk interaksi lainnya. Akibatnya, batas-batas suatu negara menjadi bias. (<http://id.wikipedia.org/wiki/Globalisasi>). – diakses pada 21 Maret 2013

Seperti yang kita ketahui bahwa manusia tergantung akan adanya informasi. Dan saat ini media massa memudahkan manusia untuk mengakses informasi yang berada disekitarnya (lokal, nasional, internasional) dengan lebih mudah, murah, dan cepat yang berarti media

massa secara sadar atau tidak telah berperan membantu terjadinya aliran budaya populer. Hal ini dikarenakan melalui media massa lah orang-orang kreatif punya tempat yang tepat. Media massa dapat memperkaya masyarakat dengan menyebarkan karya kreatif dari manusia seperti karya sastra, musik, dan film. (Vivian, 2008: 505)

Di antara berbagai media yang ada, seperti surat kabar, radio dan internet, maka televisi merupakan media massa yang paling luas diterima banyak orang. Saat ini daya penetrasi televisi jauh lebih besar dibanding media massa lainnya

Pada era informasi dan globalisasi dewasa ini, televisi sebagai media penyimpanan informasi dan hiburan yang sangat dibutuhkan masyarakat. Melalui tayangan yang disajikan, pemirsa televisi mendapat banyak manfaat diantaranya menambah ilmu pengetahuan, memperluas wawasan, serta sebagai hiburan sehari – hari.

Televisi merupakan media massa elektronik yang paling diminati oleh masyarakat dan paling memberikan pengaruh besar terhadap pengetahuan, motivasi, dan sikap serta perilaku penontonnya. Tidak memandang usia, jenis kelamin, jabatan dan sebagainya.

Televisi biasa juga dikatakan sebagai “kotak ajaib” dunia. Dikarenakan penyuguhan informasinya sangat menarik dengan menampilkan gambar, suara, warna dan kecepatan yang menjadi favorit sejak awal penemuannya. Televisi karena sifatnya yang audiovisual

merupakan media yang dianggap paling efektif dalam menyebarkan nilai-nilai yang konsumtif dan permisif.

Media televisi seringkali menyerap budaya populer untuk kepentingan isi dan bentuknya. Budaya tersebut tercermin dalam media dan kadang kala ditampilkan dalam bentuk yang telah disesuaikan oleh rakyat sendiri (Denis Mc Quail 1991: 38). Hal ini dikarenakan budaya populer mengandalkan unsur kesenangan dan hiburan, dan salah satu fungsi media massa adalah untuk menghibur khalayaknya (to entertain).

Pada awalnya kajian tentang budaya populer tidak terlepas dari peran Amerika Serikat dalam memproduksi dan menyebarkan budaya populer. Negara itu telah menanamkan akar yang sangat kuat dalam industri budaya populer, antara lain melalui Music Television (MTV), McDonald, Hollywood, dan industri animasi mereka (Walt Disney, Looney Toones, dll). Namun, perkembangan selanjutnya memunculkan negara-negara lain yang juga berhasil menjadi pusat budaya populer seperti Jepang, Hongkong, Taiwan, dan kini Korea Selatan,.

Budaya populer sendiri merupakan efek dari globalisasi. Globalisasi merupakan fenomena khusus yang bergerak terus dalam masyarakat global dan merupakan bagian dari proses manusia global itu sendiri. Globalisasi meleburkan budaya barat dan budaya timur menjadi satu dan tidak akan pernah terpisah. Hal inilah yang memudahkan Korean Wave sebagai budaya populer lebih cepat dan mudah menyebar ke seluruh dunia.

Budaya populer berkaitan dengan masalah sehari-hari seperti superstar, fashion, transportasi, gaya hidup, dan sebagainya yang dapat dinikmati oleh semua orang atau kalangan orang tertentu. Menurut Ben Agger, Sebuah budaya yang akan masuk dunia hiburan maka budaya itu umumnya menempatkan unsur populer sebagai unsur utamanya. Budaya itu akan memperoleh kekuatannya manakala media massa digunakan sebagai penyebaran pengaruh di masyarakat (dalam Burhan Bungin, 2009: 100). Hal ini tidak lepas dari unsur komersialitas media massa, dimana hampir setiap media massa berlomba mendapatkan khalayak sebanyak-banyaknya.

Jika diperhatikan, budaya populer memiliki dua istilah yang dikombinasikan menjadi satu yaitu budaya dan populer. Budaya adalah daya dari budi yang berupa cipta dan rasa, sedangkan kebudayaan adalah hasil dari cipta rasa, karsa, dan rasa tersebut (Koentjaraningrat, 1976:28). Sedangkan populer diambil dari kata pop yang berarti “rendah”, “dasar”, “vulgar”, dan “masyarakat kebanyakan” pop juga dapat berarti “luas” dalam konotasi yang positif. Berdasarkan arti kata pop yaitu “masyarakat kebanyakan” dan “luas” maka populer dapat berarti diterima oleh banyak orang, disukai atau disetujui oleh masyarakat banyak.

Jika kedua istilah tersebut dikombinasikan maka budaya populer adalah budaya yang diproduksi secara komersial. Budaya populer adalah gaya, style, ide, perspektif, dan sikap yang benar-benar berbeda dengan budaya arus utama (mainstream). Dalam perspektif industri budaya,

budaya populer merupakan budaya yang lahir atas kehendak media. Hal ini dikarenakan media telah memproduksi segala macam jenis produk budaya populer yang hasilnya telah disebarluaskan melalui jaringan global media hingga masyarakat tanpa sadar telah menyerapnya.

Di Indonesia sendiri, kebudayaan merupakan salah satu aspek kekuatan bangsa yang memiliki kekayaan nilai budaya yang beragam, termasuk keseniannya. Dari kebudayaan jugalah gaya hidup tercipta. Gaya hidup saat ini tengah mengguncang kesadaran manusia menjadi komoditas. Masyarakat kini cenderung terserap dalam keperkasaan budaya populer dengan segala atributnya. Fenomena di atas secara jelas telah menggambarkan bagaimana budaya pop telah merasuk ke segala lini kehidupan. Penampilan dan gaya menjadi lebih penting dari pada moralitas sehingga nilai-nilai tentang baik atau buruk telah lebur dan dijungkirbalikan. Budaya populer merupakan suatu pola tingkah laku yang disukai sebagian besar masyarakat. Tanda-tanda pesatnya pengaruh budaya populer ini dapat di lihat pada masyarakat Indonesia yang konsumtif karena budaya populer menjadikan seseorang tidak sadar mengikuti apa yang sedang terjadi saat itu. Membeli barang bukan didasarkan kebutuhan melainkan lebih didasarkan pada image atau prestise.

Sejak beberapa tahun terakhir hampir disetiap media massa televisi di Indonesia menyuguhkan berbagai hal bernuansa Korea. Hal ini erat kaitannya dengan fenomena Korean Wave yang sedang terjadi berbagai

belahan dunia saat ini. Produk Korean Wave diantaranya mulai dari drama korea, fashion korea dan Musik populer korea (K-Pop) sangat digandrungi oleh remaja bahkan ibu – ibu pada saat ini.

Gelombang Korea/ Demam Korea/ Korean Wave atau yang lebih dikenal dengan sebutan Hallyu merupakan istilah buatan yang memiliki makna pengaruh budaya modern Korea di negara-negara lain di dunia termasuk salah satunya Indonesia. Istilah-istilah tersebut bukanlah hal yang asing lagi didengar saat ini. Karena berbagai media massa dan masyarakat di dunia tengah memperhatikan dan membicarakan fenomena ini yang tanpa sadar ikut mengkonsumsinya.

Merebaknya Korean Wave di negara-negara di dunia telah menunjukkan adanya aliran budaya populer dari Korea ke negara-negara tetangganya. Terlepas dari dampak panjang yang akan terus berlanjut, Korean Wave memang suatu fenomena tersendiri dalam dunia industri hiburan modern. Dalam situasi dunia pada saat pertukaran informasi terjadi hampir tanpa halangan apa pun, Korea telah menjejakkan pengaruhnya di seluruh dunia.

Di Indonesia saja hampir di setiap stasiun televisi menyuguhkan berbagai program acara hiburan bernuansa Korea seperti program acara musik, drama dan film. Peneliti telah mengamati sebelumnya bahwa musik korea sangat digemari, program acara musik asli Korea Music Bank disuguhkan setiap hari sabtu dan minggu selama satu setengah jam. Hal ini

kemudian diikuti oleh stasiun televisi lainnya dengan ikut menampilkan drama dan program acara musik korea di stasiun televisinya.

Bukan hanya program acara televisi saja, iklan pun tak luput dari serangan Korean Wave ini. Beberapa tahun terakhir ini masyarakat Indonesia telah mengenal dan menggunakan merk-merk produk elektornik Korea yang bahkan menggunakan model Korea asli seperti Samsung yang dibintangi oleh Hyun Bin dan LG dibintangi oleh Super Junior, lalu berbagai macam merek transportasi Korea seperti salah satunya Hyundai, bahkan sampai peralatan rumah tangga seperti magic-jar bermerk Yong Ma, produk kecantikan contohnya Simis, alat olahraga Double Power yang tidak semua orang menyadari bahwa alat-alat tersebut bermerk Korea. Dimana karya-karya kreatif tersebut termasuk beberapa produk budaya populer. Bahkan, bisa dikatakan bahwa dengan media massa-lah budaya populer Korean Wave memasuki semua sudut negara-negara di dunia. Dengan kata lain, disadari atau tidak, sebagian masyarakat Indonesia sudah terpengaruh dengan Korean Wave.

K-Pop, adalah kepanjangan dari Korean Pop (Musik Pop Korea), adalah jenis musik populer yang berasal dari Korea Selatan. Banyak artis dan kelompok musik pop Korea sudah menembus batas dalam negeri dan populer di mancanegara. Tangga lagu K-Pop telah masuk ke tangga lagu Amerika, Billboard, yang selama ini menjadi tolak ukur kualitas industri musik dunia. Kegandrungan akan musik K-Pop merupakan bagian yang tak terpisahkan daripada Demam Korea (Korean Wave) di berbagai negara

di dunia termasuk salah satunya Indonesia. Istilah tersebut bukanlah hal asing lagi didengar saat ini. Karena berbagai media massa dan masyarakat di dunia tengah memperhatikan dan membicarakan fenomena ini yang tanpa sadar ikut mengkonsumsinya.

Merebaknya K-Pop di negara-negara di dunia telah menunjukkan adanya aliran budaya populer dari Korea ke negara-negara tetangganya. Terlepas dari dampak panjang yang akan terus berlanjut, K-Pop memang suatu fenomena tersendiri dalam dunia industri hiburan modern. Dalam situasi dunia pada saat pertukaran informasi terjadi hampir tanpa halangan apa pun, Korea telah menjejakkan pengaruhnya di seluruh dunia. Penyebaran budaya populer ini tidak lepas dari peran media massa terutama media televisi. Televisi merupakan bagian dari salah satu media komunikasi massa.

K-Pop sangat populer di Indonesia, sejak tahun 2011 hingga saat ini banyak artis – artis Korea Selatan yang akan datang ke Indonesia untuk mengadakan konser. Di Indonesia hampir di setiap stasiun televisi menyuguhkan berbagai program acara hiburan bernuansa Korea seperti program acara musik, drama dan film. (<http://komunikasi.us/index.php/mata-kuliah/media-convergence/12-response-paper-ptk-2012/1806-makalah-uas-media-sosial-dan-penyelenggaraan-konser-K-Pop-di-indonesia>) – diakses pada 06 Oktober 2012

Acara musik Korea K-Pop menjadi salah satu produk Korean Wave paling digemari masyarakat, ini ditunjukkan dengan diadakannya konser boyband dan girlband serta artis – artis asal Korea yang berkali – kali digelar di Indonesia. Musik pop Korea terdiri atas Hip Hop, pop, rock, R&B dan elektrik. Lagu yang menjadi soundtrack atau backsound dalam drama Korea yang easy listening dan ear-catching menjadi lebih gampang diterima oleh para pemirsa. K-Pop tidak hanya populer karena menjadi soundtrack drama Korea, namun K-Pop bisa menggema di seluruh dunia termasuk Indonesia karena dibawakan oleh Boyband dan Girlband. Korea yang memang menjadikan boyband dan girlband sebagai ikon K-Popnya telah berhasil memasarkan musik popnya. Boyband dan girlband Korea tidak hanya menyajikan lagu yang easy listening, namun juga mengiringinya dengan dance yang sesuai dengan irama lagunya. Para anggota boyband maupun girlband memang sudah di rekrut saat usia mereka masih sangat muda dan dikarantina selama bertahun-tahun sebelum debut. Jadi memang semua anggota sudah sangat terlatih. Tidak hanya itu, wajah para anggota boyband maupun girlband mampu memikat hati para penikmat musik K-Pop. menggunakan baju dan aksesoris yang memang fashionable. Berbagai alasan itu menjadikan musik K-Pop di tanah air Indonesia menjadi sangat digemari.

Di Indonesia begitu banyak penggemar dari boyband dan girlband Korea. Nama Super Junior, Girl's Generation, Shinee, 2PM, dan Wonder Girls adalah boyband dan girlband yang sudah sangat terkenal di

Indonesia, terutama di kalangan remaja. Penjualan tiket konser boyband dan girlband Korea yang tampil di Indonesia selalu sold out. 2PM yang menggelar konser tanggal 11 November 2011 di JITEC Mangga Dua Square mampu membuat penonton mengantre dari lantai 3 sampai lantai 8 tempat konser digelar, tiket yang berjumlah 5000 terjual habis dengan harga tiket mulai dari RP. 500.000 sampai RP. 2.000.000. Sementara itu, acara 'Korean Idols Music Concert Hosted in Indonesia' (KIMCHI) yang mendatangkan Super Junior sebagai pengisi acara telah berhasil menjual tiketnya walaupun dengan harga yang tidak murah. (http://www.indosiar.com/gossip/korean-idols-music-concert-hosted-in-indonesia-2011-bagian-dua_90896.html) – diakses pada 06 Oktober 2012

Begitu besarnya antusiasme penggemar K-Pop di Indonesia, hingga pada tanggal 15 Juli 2012 lalu diadakan festival yang bertemakan tentang Negri Ginseng tersebut. Festival tersebut dimaksudkan agar bisa menjadi media yang mewadahi ekspresi kalangan muda Indonesia yang sangat menggemari K-Pop. (<http://entertainment.kompas.com/read/2012/07/15/13071755/Nikmati.Musik.hingga.Hidangan.di.Koreaholic.Fest.2012.>) – diakses pada 07 Oktober 2012

Sasaran festival ini anak-anak muda, khususnya pecinta Korea, didalamnya banyak kompetisi yang menarik dan seru, contohnya, kompetisi K-pop Cover Dance Competition, Best Fandom Competition

(kompetisi kreativitas komunitas penggemar boyband dan girlband Korea), Korean Star Look Alike Contest, Photo Hunting Competition. K-Pop yang hadir membawakan dance yang energik dan seirama dengan lagunya menjadi perhatian tersendiri di masyarakat. Hal ini menciptakan komunitas yang membawakan atau meng-cover dance dari boyband maupun girlband Korea. Para remaja yang gemar dance ramai-ramai menirukan dance ala boyband dan girlband. Pencinta K-Pop juga sering menggelar flash mob dengan lagu boyband dan girlband yang mereka gemari yang kemudian di upload ke situs jejaring sosial untuk menggambarkan besarnya cinta mereka untuk idolanya. Hal ini membuktikan betapa digandrunginya musik pop Korea ini.

Peneliti telah mengamati dari media massa khususnya televisi bahwa populernya budaya K-Pop di Indonesia ini berimbas pada meningkatnya antusiasme penggemar K-Pop di Indonesia untuk menonton konser secara langsung artis K-Pop idolanya. Para penggemar K-Pop ini kemudian memperlihatkan antusiasme mereka melalui media sosial, dengan cara memasang tagar yang berkaitan dengan konser K-Pop yang ingin mereka tonton agar antusiasme mereka tersebut dapat didengarkan oleh pihak agensi atau perusahaan sang idola maupun pihak promotor konser melalui media jejaring sosial. Misalnya, pada bulan Februari 2012 lalu para VIP (sebutan untuk para penggemar BigBang, salah satu grup K-Pop) menunjukkan antusiasmenya terhadap kabar bahwa BigBang akan mengadakan tur dunia dengan cara memasang tagar atau hashtag

#BigBangAliveTour2012. (<http://komunikasi.us/index.php/mata-kuliah/media-convergence/12-response-paper-ptk-2012/1806-makalah-uas-media-sosial-dan-penyelenggaraan-konser-K-Pop-di-indonesia>) – diakses pada 06 Oktober 2012

Pada tanggal 8 Mei 2011 Top K-Pop acara tentang K-Pop pertama dan satu – satunya di Indonesia telah ditayangkan di stasiun televisi local di Jakarta O Channel. Acara ini 100% membahas tentang hal – hal berbau K-Pop serta memutarakan MV dari artis – artis K-Pop. Acara ini tayang setiap hari Sabtu dan Minggu pukul 16.30. Untuk yang tinggal di daerah Jakarta dan sekitarnya bisa langsung menonton di televisi masing – masing. Sedangkan untuk yang berada diluar Jakarta dan sekitarnya bisa streaming langsung di website resminya O Channel.

Pada episode perdananya, Top K-Pop membahas tentang arti / definisi “fandom” dan menyebutkan beberapa nama fandom dari artis – artis K-Pop, seperti Super Junior, 2NE1, 4Minute, SHINee, dan lain – lain. Selain itu mereka juga menayangkan profil F(x)ion, salah satu group cover dance F(x) yang baru berdiri sejak bulan April 2010 lalu melalui sebuah ajang lomba cover dance. Tidak hanya berbagi info mengenai K-Pop, tentu saja tidak lengkap kalau yang namanya acara K-Pop tidak menayangkan Music Video dari artis – artis K-Pop. Beberapa Music Video yang ditayangkan pada episode perdananya ini diantaranya adalah : Love Love Love dari FT Island, Love Like Oxygen dari SHINee, Before U

Go dari TVXQ, Wanna dari Kara, dan Perfection (Korean version) dari Super Junior.

Salah satu channel nasional di Indonesia yang sering menayangkan acara musik Korea adalah RCTI, pada tanggal 22 September 2012, RCTI menayangkan konser terbesar artis Korea bertajuk SMTown Live World Tour III tahun 2012 di Stadion Gelora Bung Karno Jakarta yang merupakan tur konser langsung dari semua artis Korea di bawah agensi SM Entertainment seperti Kangta, BoA, TVXQ, Super Junior, Girls Generation, SHINee, f(x) dan EXO yang berhasil menjaring hingga kurang lebih sekitar 50.000 penonton yang sangat antusias. (<http://www.koreaindo.net/2012/08/konser-smtown-live-world-tour-iii-di.html>) – diakses pada 06 Oktober 2012

RCTI sampai menyiarkan ulang acara konser tersebut pada tanggal 25 September 2012 demi memenuhi permintaan K-Pop Lovers (sebutan untuk para penggemar K-Pop) yang sangat membludak di Indonesia. Hal ini kemudian diikuti oleh stasiun televisi lainnya dengan ikut menampilkan drama dan program acara musik di stasiun televisinya.

Dalam perkembangannya Korean Wave menimbulkan munculnya banyak komunitas pecinta artis – artis K-Pop, salah satunya adalah komunitas ELF atau ever lasting friends yang merupakan komunitas pecinta berat Suju (Super Junior) boyband asal Korea Selatan. Nama ELF dipakai sebagai nama resmi fans club Super Junior seluruh dunia sejak 2006, kata ELF atau ever lasting friends yang berarti teman selamanya

menunjukkan kedekatan group Suju dengan para penggemarnya. Untuk di Indonesia para pecinta Suju menamakan diri mereka sujunesia yang berarti ELF yang berasal dari Indonesia. Sujunesia pada awalnya hanya sebuah forum tempat berkumpul para fans Super Junior di Indonesia, kemudian forum ini berkembang menjadi sebuah fans club. Alasan didirikannya fans club tersebut adalah untuk bersama – sama fans Super Junior di Indonesia memberikan dukungan Super Junior dalam setiap kegiatannya, dan sebagai tempat dimana para fans mendapatkan berita tentang Super Junior secara aktual dan nyata. Kebanyakan member sujunesia berasal dari kalangan mahasiswa yang tertarik dengan musik – musik Super Junior itu sendiri, selain menyukai musik – musik dari Super Junior mereka juga menyukai musik – musik dari artis K-Pop lainnya.

Belakangan ini muncul Istilah Gangnam Style. Gangnam style atau dalam bahasa indonesia artinya gaya gangnam adalah sebuah lagu single pop yang berasal dari korea yang dinyanyikan oleh salah seorang rapper Park jae Sang atau lebih populer dengan nama PSY. (http://id.wikipedia.org/wiki/Gangnam_Style)-diakses pada 06 Oktober 2012

Lagu K-Pop ini berhasil menyita perhatian masyarakat dunia termasuk Indonesia. Gangnam Style sendiri merambah ke Indonesia mulai awal – awal September 2012 sampai saat ini. Banyak masyarakat dan artis-artis yang mulai menyukai gangnam style ini, hingga banyak yang sampai membuat video flashmob Gangnam Style kemudian diunggah

ke situs YouTube demi kegandrungannya akan lagu K-Pop ini. Sampai saat ini, lagu K-Pop Gangnam Style ini berhasil menduduki top playlist di beberapa negara Eropa dan Asia.

K-pop kini menempati tempat tersendiri dikalangan remaja. Hal ini dikarenakan musik K-Pop dapat membius penggemarnya mulai dari segi musiknya yang dinamis sampai pada mode – mode fashion yang sedang populer di Korea. Contohnya : model rambut, pakaian, tas, sepatu, aksesoris yang dikenakan, dan masih banyak lagi.

Industri budaya musik pop Korea atau K-Pop takkan seperti sekarang jika bukan karena basis penggemarnya, karena para penggemar/ kelompok penggemar (fandom) adalah bagian paling tampak dari khalayak teks dan praktik budaya pop (John Storey, 2007: 157). Dalam waktu singkat telah terjaring ratusan, ribuan, bahkan jutaan penggemar budaya musik pop Korea ini. Komunitas penggemar kemudian membentuk sub-kultur mandiri dan membuat industri budaya musik pop Korea tetap hidup sampai sekarang serta menjadi sebuah sub-kultur yang hadir secara global. Dan umumnya Korean Lover (sebutan bagi para penggemar K-Pop) adalah remaja. Memang tidak hanya remaja saja yang terkena demam K-Pop, bahkan orang tua zaman sekarang juga tidak luput dari fenomena ini. Tapi yang menjadi pusat perhatian dari fenomena ini adalah para remaja, mengapa remaja? Karena usia remaja merupakan usia dimana seseorang sedang dalam proses pencarian jati diri sehingga mudah dipengaruhi.

Maka jelas sekali, para remaja menjadi pusat perhatian dari demam K-Pop ini.

Istilah sikap yang dalam Bahasa Inggris disebut attitude pertama kali digunakan oleh Hebert Spencer (1862), yang menggunakan kata ini untuk menunjuk suatu status mental seseorang. (Ahmadi,2007 : 148). Pengertian attitude itu dapat kita terjemahkan dengan sikap terhadap objek tertentu, yang dapat merupakan sikap pandangan atau sikap perasaan, tetapi sikap tersebut disertai oleh kecenderungan untuk bertindak sesuai dengan sikap yang objek tadi itu. Jadi attitude itu tepat diterjemahkan sebagai sikap dan ketersediaan beraksi terhadap suatu hal. Attitude itu senantiasa terarahkan terhadap suatu hal, suatu objek. Tidak ada attitude tanpa ada objeknya. (Gerungan, 2002 : 149). Salah satu karakter yang khas di kalangan remaja adalah perilaku identifikasi (peniruan, penyeragaman) dalam suatu kelompok. Untuk itu mereka biasanya membutuhkan "patron" (contoh, panutan) untuk dijadikan contoh dalam bersikap. Hal ini didasari karena masa remaja merupakan masa transisi (peralihan) dari masa anak-anak menuju masa dewasa. Dalam masa ini terjadi perubahan emosi dan perubahan sosial pada remaja. Masa remaja penuh dengan gejolak, penuh dengan pengenalan dan petualangan akan hal-hal baru dan masa pencarian jati diri. Untuk mencari jati diri mereka seorang remaja merasa tertantang dan tertarik untuk membuktikan kemampuannya intelektualnya. Remaja dalam masa ini sangat labil dan menjadi mudah terpengaruh akan hal yang dilihat maupun hal yang terjadi sekitarnya.

Remaja merupakan aset sumber daya manusia yang merupakan tulang punggung penerus generasi bangsa di masa mendatang. Menurut Sarwono (2004: 71) Remaja adalah masa transisi dari periode anak-anak menuju dewasa.

Umumnya, remaja mengidentifikasikan diri pada seseorang yang dianggap sebagai idola. Ketika remaja mengidolakan seorang tokoh, mereka akan mengidentifikasikan dirinya pada tokoh tersebut, lalu berusaha untuk mewujudkan dirinya seperti gambaran tokoh idolanya itu. Caranya dengan mengidentifikasi sifat-sifat, kemampuan atau keahlian yang dimiliki oleh tokoh idola itu.

Dan secara disadari atau tidak hal ini menciptakan sebuah perubahan gaya hidup pada remaja. Budaya musik pop, majalah, konser, festival, komik, wawancara dengan bintang pop, film, dan sebagainya, memperlihatkan sekaligus menjadi bukti bahwa hal ini akan memberi kesempatan lebih besar kepada remaja untuk lebih sering menyaksikannya, dan memberi peluang yang besar pula untuk melakukan sikap atau tingkah laku seperti yang disaksikan.

Peneliti menggunakan teori komunikasi S-O-R (Stimulus, Organism, Response) dalam penelitian ini berkenaan dengan digunakannya teori ini dalam proses komunikasi yang berhubungan dengan perubahan sikap atau bagaimana mengubah sikap komunikasi (Effendy, 2003: 255). Dalam hal ini peneliti ingin meneliti pengaruh yang diberikan oleh budaya K-Pop terhadap sikap remaja sehingga merubah

pemikiran dan sikap mereka hingga terus mengkonsumsi budaya populer ini.

Terpilihnya Surabaya sebagai lokasi penelitian ini adalah dikarenakan Surabaya merupakan kota multi etnis yang kaya budaya. Masyarakat asli Surabaya juga mudah bergaul dengan gaya bicara yang terbuka. Hal ini memudahkan masuknya dan diterima adanya budaya baru di Surabaya. Surabaya juga merupakan pusat bisnis, perdagangan, industri, dan pendidikan di kawasan Indonesia timur dan hal tersebut lekat merupakan beberapa produk globalisasi. <http://www.surabaya.go.id/> (Situs resmi pemerintah kota Surabaya).

Tidak hanya itu, Surabaya juga merupakan kota selain Jakarta yang sering dikunjungi oleh artis asal Korea Selatan. Seperti baru-baru ini ramai dibicarakan mengenai kedatangan Han geng artis asal China yang lebih dahulu terkenal sebagai artis Korea karena debut awalnya di Korea melalui boyband Super Junior pada 22-24 September 2012 lalu. Kedatangannya ke Surabaya disambut antusias oleh fans yang menyebabkan terjadi keributan. Fans sampai rela berdesak-desakan hanya untuk melihat idolanya tersebut. Bisa disimpulkan betapa besarnya animo masyarakat Surabaya dalam menyambut Korean Wave ini. (<http://www.kapanlagi.com/showbiz/asian-star/fans-tak-terkendali-han-geng-batal-meet--greet.html>)

Hal-hal tersebut yang mendasari peneliti untuk melakukan penelitian mengenai Pengaruh Budaya K-Pop terhadap Sikap Remaja.

Sebagai objek penelitian, peneliti tertarik untuk meneliti remaja yang berada di kota Surabaya. Remaja yang dalam hal ini bertempat tinggal di kota Surabaya mempunyai kecenderungan untuk bersikap seperti yang disuguhkan oleh budaya musik populer K-Pop.

1.2. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah: Bagaimana Pengaruh Budaya K-Pop terhadap sikap remaja Surabaya ?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh budaya K-Pop terhadap sikap remaja Surabaya.

1.4. Manfaat Penelitian

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat berguna bagi masyarakat dan pemerintah Surabaya sebagai sumbangan pemikiran guna meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai budaya populer, peran dan manfaatnya.

Selain itu Manfaat dari penelitian ini adalah agar Korean Wave dapat dikaji pengaruhnya bagi masyarakat berdasarkan sikap remaja terhadap pengaruh Korean Wave saat ini. Bagaimana Korean Wave khususnya K-Pop dapat menarik minat remaja untuk mau mengkonsumsi

dan menerapkannya dalam gaya hidup mereka. Hasil penelitian ini nantinya dapat diterapkan untuk mengembangkan budaya asli Indonesia melalui pengolahan dan pemanfaatan Korean Wave ini.

