

Internalisasi Budaya *Korean Wave* di Kalangan Pelajar *K-Popers* di SMA Negeri 15 Surabaya

Farah Fikriyah¹

Program Studi Sosiologi, Jurusan Ilmu Sosial, FISH-Unesa

Farahfikriyah16040564087@mhs.unesa.ac.id

Abstract

In this study, entitled "Internalisasi Budaya Korean Wave di kalangan pelajar K-Popers di SMA Negeri 15 Surabaya," the researcher aims to reveal the Korean Wave phenomenon, which is very popular in Indonesia, and examine the process of Korean Wave cultural internalization that occurs among K-Popers students at Surabaya 15 Senior High School. This study uses a descriptive qualitative research method so that researchers can describe various fangirling activities carried out by K-Pop students on a regular basis, as well as their mindset, behavior, style of appearance, and lifestyle. The researcher uses the habitus theory initiated by Pierre Bourdieu as a research basis in order to be able to show that the process of internalizing Korean Wave culture occurs because of the influence of K-Popers in the social environment, where these influences trigger the formation of a fangirling habit that will be carried out by students. K-Popers in everyday life

Penelitian ini berjudul “Internalisasi Budaya *Korean Wave* di Kalangan Pelajar *K-Popers* di SMA Negeri 15 Surabaya”, peneliti bertujuan untuk mengungkapkan fenomena *Korean Wave* yang sangat populer di Indonesia serta mengkaji proses internalisasi budaya *Korean Wave* yang terjadi di kalangan pelajar *K-Popers* di SMA Negeri 15 Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, sehingga peneliti dapat mendeskripsikan berbagai aktivitas *fangirling* yang dilakukan oleh pelajar *K-Popers* secara rutin, serta menggambarkan pola pikir, perilaku, gaya berpenampilan, hingga gaya hidup yang mereka miliki. Peneliti menggunakan teori habitus yang digagas oleh Pierre Bourdieu sebagai landasan penelitian, agar dapat menunjukkan bahwa proses internalisasi budaya *Korean Wave* terjadi karena adanya pengaruh dari para *K-Popers* di lingkungan sosial, dimana pengaruh-pengaruh ini memicu terbentuknya sebuah habitus *fangirling* yang akan dilakukan oleh pelajar *K-Popers* di kehidupan sehari-hari.

Keywords: Korean Wave, K-Popers, Habits, Life Style, Fashion Style, Fangirling

1. Pendahuluan (500-750 kata)

Korean Wave menjadi tren yang sedang populer di berbagai negara di dunia, khususnya di kalangan generasi MZ. Tren ini mendapatkan popularitas yang luar biasa, dan dianggap mampu menggeser tren *J-Pop* dan *M-Pop* yang sebelumnya telah ada. (Iwabuchi, 2008) *Korean Wave* merupakan sebuah tren yang diciptakan oleh industri hiburan Korea Selatan, dengan tujuan untuk memperkenalkan dan mendistribusikan produk hiburan Korea Selatan. Selain untuk meningkatkan sektor perekonomian, *Korean Wave* juga digunakan untuk memperkenalkan dan menyebarkan unsur ideologi dan nilai kebudayaan Korea Selatan. Tren *Korean Wave* terdiri dari berbagai hal, seperti *K-Drama*, *K-Movie*, *K-Pop*, *K-Fashion*, *K-Beauty*, hingga *K-Food*.

K-Drama dan *K-Pop* menjadi tren yang memiliki popularitas terbesar di seluruh dunia. *K-Drama* atau *Korean Drama* merupakan series yang diproduksi oleh stasiun televisi Korea Selatan, dimana di setiap seriesnya terdiri dari 6 sampai 24 episode, dan di setiap episodenya berdurasi 1 jam 15 menit. Perusahaan hiburan Korea Selatan telah memproduksi *K-Drama* dengan berbagai genre, mulai dari genre romansa komedi, aksi, horor, militer, *makjang*, hingga *psychology thriller*. Dengan mengusung banyak genre dan diperankan oleh aktor dan aktris profesional, membuat *K-Drama* semakin dikenal dan diminati oleh masyarakat dunia. (Iwabuchi, 2008) Selain *K-Drama*, *K-Pop* juga mendapatkan kesuksesan yang besar. *K-Pop* atau *Korean Pop* merupakan sebuah aliran musik baru

yang menggabungkan unsur vokal, *rap*, dan tarian modern. Untuk dapat mempopulerkan *K-Pop*, para produser musik Korea Selatan membentuk *boyband* dan *girlband* *K-Pop* yang setiap anggotanya memiliki wajah yang rupawan dan proporsi tubuh yang ideal. Dengan memiliki konsep musik yang baru, lagu-lagu *K-Pop* dapat diterima oleh penikmat musik di berbagai negara. (Cho, 2010) Kepopuleran *K-Pop* ditandai dengan keberhasilan lagu-lagu *K-Pop* yang menduduki tangga lagu internasional, seperti *Billboard*, *iTunes*, dan *Spotify*.

Keberhasilan *K-Drama* dan *K-pop* membuat industri hiburan Korea Selatan gencar menciptakan lebih banyak tren. Mereka mengembangkan tren *K-Fashion*, *K-Beauty*, *K-Healthy*, hingga *K-Food*. Di Indonesia, berbagai tren *Korean Wave* telah berkembang pesat. Menurut Heryanto, tren *Korean Wave* telah menarik perhatian masyarakat Indonesia, khususnya dari kalangan remaja. Para remaja Indonesia menonton berbagai drama, film, acara varietas, dan acara musik Korea Selatan. (Heryanto, 2018) Mereka juga mendengarkan lagu *K-Pop* dan mengidolakan *boyband* dan *girlband* *K-Pop*. Kecintaan para remaja kepada *Korean Wave* membuat mereka membeli berbagai pernak-perniknya, Mereka juga rela mengeluarkan banyak biaya untuk menonton konser dan mengikuti jumpa penggemar.

Ketertarikan para remaja Indonesia kepada tren *Korean Wave*, membuat mereka menginginkan kehidupan sempurna seperti selebriti Korea Selatan. Mulai dari menginginkan gaya penampilan, cara berbicara, gaya hidup, hingga bentuk tubuh yang ideal. Para remaja sangat tertarik untuk mengikuti berbagai tren yang sedang populer di Korea Selatan, seperti tren pakaian "*girlcrush style*", tren riasan wajah "*glass skin*", hingga tren rambut "*half bun hair*". Heryanto melihat bahwa ketertarikan kepada *Korean Wave* membuat para remaja memiliki perilaku konsumtif yang berlebihan. Dimana para remaja akan berusaha memiliki berbagai hal yang digunakan oleh selebriti Korea Selatan. (Heryanto, 2018)

Tidak hanya menumbuhkan sikap konsumtif, para remaja juga mengalami berbagai perubahan dalam dirinya. Seperti perubahan penampilan dan gaya hidup, para penggemar juga mengalami perubahan pola pikir, perilaku, dan gaya berbicara yang berkiblat pada *Korean Wave*. Hal ini juga terjadi di kalangan pelajar *K-Popers* di SMA Negeri 15 Surabaya. Banyak pelajar di SMA Negeri 15 Surabaya menjadi penggemar *K-Pop* atau *K-Popers*. Hal ini dapat dilihat dari gaya penampilan, cara berbicara, serta tindakan - tindakan sosial yang selalu berhubungan dengan *Korean Wave*. Mereka melakukannya di lingkungan sekolah, lingkungan bermain, ataupun lingkungan tempat tinggal.

Saat berada di luar sekolah, para pelajar *K-Popers* lebih cenderung menunjukkan identitas diri seorang *K-Popers*. Dimana mereka menggunakan gaya pakaian dan model rambut layaknya idol *K-Pop*, para pelajar juga akan meniru cara berbicara dan berperilaku idolanya. Saat berada di sekolah, para pelajar *K-Popers* memiliki cara berbicara yang cenderung berbeda dengan pelajar *non K-Popers* lainnya. Dimana mereka berkomunikasi menggunakan Bahasa Jawa yang dicampur dengan Bahasa Indonesia dan Bahasa Korea Selatan. Mereka juga sering mengucapkan kata "*shibal*" ketika merasa kesal, "*yoks*" ketika merasa senang, "*aigoo*" ketika merasa terkejut, dll.

Karena memiliki ketertarikan kepada *Korean Wave*, membuat para pelajar *K-Popers* sering melakukan berbagai kegiatan yang berhubungan dengan *Korean Wave*, dimana kegiatan ini disebut dengan *fangirling*. *Fangirling* adalah sebuah rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh penggemar *K-Pop* atau *K-Popers* untuk menikmati berbagai produk *Korean Wave*. Seperti menonton drama dan film Korea Selatan, mendengarkan musik *K-Pop*, menghadiri perlombaan *dance cover*, menonton konser, menghadiri jumpa penggemar, dll.

Keberadaan pelajar *K-Popers* di SMA Negeri 15 Surabaya yang memiliki berbagai pola pikir, perilaku, dan gaya hidup yang berkiblat pada *Korean Wave*, menunjukkan terjadinya fenomena internalisasi budaya *Korean Wave*. Dimana proses internalisasi budaya *Korean Wave* membentuk sebuah habitus baru, yakni habitus *fangirling* yang selalu dilakukan oleh para pelajar *K-Popers* tersebut.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dimana metode ini bertujuan untuk menggambarkan ataupun menjelaskan tren *Korean Wave* dan proses internalisasi budaya *Korean Wave* yang terjadi di kalangan pelajar SMA Negeri 15 Surabaya. Dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif, peneliti mampu mendeskripsikan gaya penampilan, pola pikir, perilaku, hingga gaya hidup yang dimiliki para informan. Peneliti juga menggambarkan kondisi lingkungan sosial di sekitar para informan, dimana ada banyak penggemar *K-Pop* atau *K-Popers* yang berada disekitar lingkungan sosial tersebut. (Moleong. 2007)

Peneliti menggunakan teori Habitus yang digagas oleh Pierre Bourdieu sebagai landasan teori dari penelitian ini. Hal ini dikarenakan teori Habitus memiliki relevansi dengan fenomena internalisasi budaya *Korean Wave* di kalangan pelajar *K-Popers* SMA Negeri 15 Surabaya. Teori Habitus dapat menunjukkan berbagai faktor pendorong yang menyebabkan munculnya proses internalisasi budaya *Korean Wave*, dimana proses internalisasi unsur budaya ini memicu lahirnya habitus *fangirling*.

Untuk memperoleh data lapangan tentang kehidupan para pelajar *K-Popers* dan kondisi di berbagai lingkungan sosial di sekitarnya, penelitian melakukan proses pengamatan, wawancara, dan dokumentasi selama 4 bulan, dimulai dari bulan Februari hingga Mei 2020. Penelitian dilakukan di 4 lokasi yang berbeda, mulai dari SMA Negeri 15 Surabaya, BG Junction Mall, Studio Tari Dojo Ngagel, hingga tempat tinggal informan. Dengan melakukan penelitian secara menyeluruh di 4 lokasi, peneliti dapat menunjukkan kepopuleran tren *Korean Wave* di Kota Surabaya, serta proses terjadinya internalisasi budaya *Korean Wave* di kalangan pelajar *K-Popers* SMA Negeri 15 Surabaya. (Bungin. 2017)

Dengan melakukan tahap pengamatan, wawancara, dan dokumentasi di 4 lokasi penelitian yang berbeda, peneliti telah mengumpulkan berbagai data tentang tren *Korean Wave*, proses internalisasi nilai kebudayaan *Korean Wave*, hingga kegiatan *fangirling* yang selalu dilakukan para pelajar *K-Popers* SMA Negeri 15 Surabaya. Setelah mengantongi data-data tersebut, peneliti mengumpulkan, merangkum, dan menyusun data menjadi sebuah struktur. Dan struktur tersebut disajikan dalam berbagai bab dan sub bab. Selain disajikan dalam bentuk tulisan, data juga disajikan dalam bentuk gambar. Untuk mempermudah para pembaca memahami hasil penelitiannya, peneliti menarik garis besar penelitiannya dalam sebuah kesimpulan. (Moleong. 2007)

3. Hasil dan Pembahasan (minimal 2.500 kata)

A. Lahirnya Tren *Korean Wave*

Korean Wave menjadi tren hiburan paling populer saat ini. Kepopuleran tren *Korean Wave* dianggap setara dengan tren *Hollywood*. *Korean Wave* merupakan sebuah tren hiburan yang diciptakan dan dipopulerkan oleh industri hiburan Korea Selatan. Tidak hanya tentang musik, tren *Korean Wave* juga terdiri dari drama, film, kesehatan, kecantikan, hingga makanan dan minuman. Iwabuchi melihat, bahwa tren *Korean Wave* mendapat perhatian besar di berbagai negara di Asia. Bahkan kepopuleran *Korean Wave* mampu menggeser tren *J-Pop* dan *M-Pop* yang sebelumnya menjadi tren terpopuler di Asia. Keberadaan *Korean Wave* yang semakin mendunia, membuat *Korean Wave* mampu bersanding dengan tren *Western*. Hal ini dikarenakan industri hiburan Korea Selatan telah menyesuaikan produk *Korean Wave* dengan selera konsumen di seluruh dunia, sehingga seluruh produk *Korean Wave* dapat diterima dan dinikmati oleh masyarakat dengan beragam budaya. (Iwabuchi. 2018)

Kesuksesan *Korean Wave* diawali dengan diproduksinya *Korean Drama* atau *K-Drama* pada tahun 1997, dimana perusahaan hiburan Korea Selatan memproduksi drama *What is Love All About* dan *Stars in My Heart*. Dan didistribusikannya di seluruh wilayah di Korea Selatan dan beberapa negara di Asia Timur. Secara tidak terduga, drama *What is Love All About* memperoleh banyak perhatian dari masyarakat, dan menjadikannya sebagai *K-Drama* paling populer China. (Prasanti dkk. 2020). Banyak masyarakat China tertarik dengan jalan cerita yang disuguhkan, mereka juga memuji kemampuan para aktor dan aktris Korea Selatan. Karena drama *What is Love All About* membuat banyak masyarakat China tertarik dengan *K-Drama*.

Setelah kepopuleran drama *What is Love All About* di China, industri hiburan Korea Selatan semakin gencar memproduksi *K-Drama*. Pada tahun 2002, industri hiburan Korea Selatan kembali memproduksi drama *Winter Sonata* dan menjadi hit di Jepang. Drama *Winter Sonata* mendapat banyak perhatian dari masyarakat Jepang, khususnya dari kalangan wanita paruh baya. (Iwabuchi, 2018) Mereka mencintai alur cerita dan latar tempat yang ditampilkan, para wanita paruh baya juga menyukai para aktor dan aktris yang memerankan drama tersebut. Kepopuleran *K-Drama* di kalangan masyarakat China dan Jepang, membuat industri hiburan Korea Selatan semakin mengembangkan *K-Drama* dengan berbagai genre. Mereka juga menggandeng berbagai platform digital untuk mempermudah proses distribusi *K-Drama* di Asia dan berbagai negara di dunia.

Tidak hanya *K-Drama*, tren musik *K-Pop* juga memperoleh kesuksesan yang besar. *Korean Pop* atau yang disebut *K-Pop* merupakan sebuah aliran musik baru yang diciptakan oleh para produser musik asal Korea Selatan. Mereka menggabungkan vokal, *rap*, dan tarian dalam satu lagu. Untuk memperkenalkan dan mempopulerkan *K-Pop*, perusahaan hiburan Korea Selatan membentuk *boyband* dan *girlband*. *Boyband* adalah sebuah grup yang beranggotakan para idola pria, sedangkan *Girlband* adalah sebuah grup yang beranggotakan para idola wanita. Dimana di setiap grupnya terdiri dari 4 sampai 17 anggota yang memiliki kemampuan menyanyi, *rap*, dan menari. Agar lebih menarik perhatian masyarakat, para produser musik merekrut anggota *boyband* dan *girlband K-Pop* yang memiliki bentuk wajah dan proporsi badan yang sesuai dengan standar ketampanan dan kecantikan di Korea Selatan. Dimana setiap anggota *boyband* memiliki wajah dengan bentuk rahang yang tajam serta tulang pipi yang menonjol, serta tinggi badan di atas 170 cm, serta memiliki bentuk badan yang kekar. Begitupun dengan anggota *girlband*, mereka memiliki wajah dengan rahang berbentuk “V Line”, pipi yang tirus, serta memiliki bentuk badan yang ramping dengan berat badan dibawah 50 kg. Tidak hanya merekrut idol *K-Pop* asal Korea Selatan, para produser juga merekrut idol *K-Pop* dari berbagai negara di dunia. Seperti Dita Karang yang merupakan personel *girlband Secret Number* asal Indonesia, Jhonny Suh yang merupakan personel *boyband NCT* asal Chicago, Miyawaki Sakura yang merupakan personel *girlband Le Sserafim* asal Jepang, dll.

Dalam perjalanan karirnya, *K-Pop* pertama kali diperkenalkan pada tahun 1990 oleh *boyband* dan *girlband K-Pop* generasi pertama, seperti *Seo Tae Jin and The Boys*, *Sech Kies*, *H.O.T*, *Klon*, *S.E.S*, *Fin K.L*. dll. (Prasanti dkk, 2020) *Boyband* dan *girlband K-Pop* generasi pertama menjadi tonggak dasar kepopuleran *K-Pop* di Korea Selatan. Karena mengusung konsep musik yang baru, membuat *K-Pop* menjadi aliran musik yang sangat diminati oleh masyarakat Korea Selatan dan berbagai negara di Asia Timur. Di China, *K-Pop* telah mendapatkan popularitas besar. Hal ini membuat banyak *boyband* dan *girlband* diundang untuk melakukan konser musik, meskipun China dan Korea Selatan memiliki hubungan diplomatik yang buruk. Kepopuleran *K-Pop* di kalangan masyarakat Asia Timur, membuat *K-Pop* mampu bersaing dengan musik *J-Pop*, *M-Pop*, bahkan *Bollywood* yang telah lama digemari oleh masyarakat Asia. (Iwabuchi, 2018)

Selain menguasai industri musik di Asia, *K-Pop* juga mulai menguasai industri musik dunia. Ditandai dengan masuknya lagu *K-Pop* di tangga lagu internasional, seperti tangga lagu *Billboard*, *Spotify*, *Apple Music*, dll. Beberapa lagu *K-Pop* yang telah memasuki tangga lagu internasional ialah lagu “*Gangnam Style*” yang dipopulerkan solois *PSY*, “*Butter*” dan “*Dynamite*” yang dipopulerkan *boyband BTS*, lagu “*Pink Venom*” dan “*Shut Down*” yang dipopulerkan *girlband BlackPink*, serta lagu “*Jopping*” yang dipopulerkan *boyband SuperM* dsb. Berbagai solois, *boyband*, dan *girlband K-Pop* juga mengadakan

konser berskala global. *Blackpink* menjadi salah satu *girlband* yang mengadakan konser skala global di berbagai negara di benua Amerika Utara, Eropa, Asia, dan Australia.

Kesuksesan tren *K-Drama* dan *K-Pop*, mendorong industri hiburan Korea Selatan untuk menciptakan lebih banyak tren. Mereka mulai menciptakan tren busana atau *K-Fashion*, tren kecantikan atau *K-Beauty*, tren kesehatan atau *K-Healthy*, hingga tren makanan atau *K-Food*. Untuk memperkenalkan dan mempopulerkan tren-tren tersebut, beberapa perusahaan menggandeng para selebriti Korea Selatan untuk dijadikannya sebagai media promosi. Seperti perusahaan makanan *Lotte* yang menggandeng *Jennie Kim* untuk mempromosikan kripik *Air Baked* dan soju *Chum Churum*, perusahaan pakaian *Pennshop* yang menggandeng aktor *Song Kang* dan aktris *Han So Hee*. Dengan memanfaatkan popularitas para selebriti Korea Selatan, para perusahaan mampu menarik minat *K-Popers* untuk membeli dan menggunakan berbagai produk-produk asal Korea Selatan tersebut.

B. Kondisi Lingkungan Sosial di Sekitar Pelajar *K-Popers* SMA Negeri 15 Surabaya

Kepopuleran tren *Korean Wave* di Indonesia, membuat banyak pihak memanfaatkan *Korean Wave* untuk memperoleh keuntungan. Diawali dengan stasiun penyiaran Indonesia yang mulai menyiarkan drama dan acara varietas Korea Selatan. Seperti drama *Boys Before Flowers*, *Playfull Kiss*, *Full House*, dan *The Heirs*, serta acara *Music Bank*, *We Got Married*, dan *Runningman*. Karena tren *Korean Wave* sedang populer di Indonesia, membuat stasiun penyiaran memperoleh rating tinggi.

Karena kepopuleran *Korean Wave* di Indonesia semakin meningkat, membuat stasiun pertelevisian mulai mengundang para selebriti Korea Selatan untuk menghadiri berbagai acara hiburan dan acara penghargaan. Mereka mengundang *boyband* dan *girlband K-Pop* untuk tampil di berbagai konser dan festival musik di Indonesia. Tidak sedikit pula perusahaan di Indonesia yang menggandeng selebriti Korea Selatan, dengan tujuan untuk meningkatkan citra produk. Seperti merek kasur *In The Box* yang menggandeng aktor *Wi Ha Joon*, merek kosmetik *Somehinc* yang menggandeng aktris *Han So Hee*, dll.

Banyaknya konten hiburan *Korean Wave* yang disediakan oleh industri hiburan Indonesia, membuat masyarakat semakin tertarik kepada *Korean Wave*. Mulai dari kalangan balita, anak, remaja, hingga wanita paruh baya tertarik kepada *K-Pop* dan menjadi seorang *K-Popers*. Para penggemar menikmati berbagai konten hiburan *Korean Wave*, membeli berbagai pernak-pernik, mengidolakan para selebriti Korea Selatan, hingga pergi berlibur ke Korea Selatan. (Prasanti dkk, 2020)

Kepopuleran tren *Korean Wave* juga terlihat di lingkungan sosial di sekitar para pelajar *K-Popers* SMA Negeri 15 Surabaya. Dimana para informan dapat mengakses berbagai konten hiburan *Korean Wave* dengan mudah, serta dikelilingi oleh banyak *K-Popers* di lingkungan sekolah, lingkungan bermain, dan lingkungan tempat tinggal. Alifia menjadi salah satu informan yang memiliki anggota keluarga *K-Popers*. Ibu dan bibi Alifia merupakan penggemar *K-Drama* dan mereka sering mengajak Alifia untuk menonton *K-Drama*. Sepupu Alifia juga merupakan seorang *K-Popers* dan sering mengajak Alifia untuk mendengarkan lagu *K-Pop* dan menonton acara musik Korea Selatan. Karena sering menerima ajakan untuk mengkonsumsi konten hiburan *Korean Wave*, membuat Alifia menjadi tertarik dengan tren *Korean Wave* dan menjadi seorang *K-Popers* seperti anggota keluarganya.

Beberapa pelajar *K-Popers* SMA Negeri 15 Surabaya juga memiliki banyak teman *K-Popers* di lingkungan sekolah dan lingkungan bermain. Nadien, Fathan, dan Nasywa merupakan informan yang memiliki banyak teman *K-Popers* di lingkungan sekolah. Karena dikelilingi oleh banyak teman *K-Popers*, membuat mereka menjadi tertarik kepada tren *Korean Wave*. Nadien, Fathan, dan Nasywa mengatakan, bahwa mereka mulai tertarik kepada *K-Pop* saat berada di Sekolah Dasar. Mereka tertarik dengan idol *K-Pop* setelah teman *K-Popers* lain selalu mendengarkan lagu *K-Pop*, menonton video musik, dan membicarakan berita tentang selebriti Korea Selatan. Ketertarikan Nadien, Fathan, dan Nasywa kepada tren *Korean Wave* dikarenakan adanya pengaruh-pengaruh dari keberadaan *K-Popers* di lingkungan sekitarnya. Hal ini terjadi akibat perilaku para *K-Popers* yang gemar mempengaruhi pelajar non *K-Popers* lainnya agar menyukai *Korean Wave*. Dengan cara mengajak untuk menonton *K-Drama* atau *K-Movie*, mendengarkan lagu *K-Pop*, dan mengunjungi perlombaan

dance cover di pusat perbelanjaan. Mereka juga memperkenalkan para selebriti Korea Selatan dan menceritakan berbagai informasi tentang kehidupan pribadinya.

Selain mendapat pengaruh dari lingkungan sosial sekitarnya. Pelajar *K-Popers* tertarik kepada *Korean Wave* karena ada banyaknya pihak yang menyuguhkan konten hiburan *Korean Wave*, seperti pusat perbelanjaan, stasiun pertelevisian, hingga media sosial. Berbagai media sosial menjadi tempat untuk mempopulerkan tren *Korean Wave*, mulai dari menampilkan cuplikan *K-Drama* dan *K-Movie*, mempromosikan lagu-lagu *K-Pop*, hingga memperkenalkan tren *K-Fashion*, *K-Healthy*, *K-Beauty*, dan *K-Food*. Hal inilah yang dapat memancing rasa penasaran dari masyarakat, dan meningkatkan minat *K-Popers* kepada kontem hiburan *Korean Wave*.

Berbagai pusat perbelanjaan di Kota Surabaya juga sering digunakan sebagai tempat diselenggarakannya acara festival budaya Korea Selatan dan kompetisi *dance cover* ataupun *sing cover*. Berbagai album *K-Pop* dan pernik-pernik *Korean Wave* juga banyak ditemui di pusat perbelanjaan, seperti *photo card*, *photo book*, poster, kaos, jaket, dll. BG Junction Mall merupakan salah satu pusat perbelanjaan yang sering dijadikan tempat penyelenggaraan acara festival budaya Korea Selatan, kompetisi *dance cover* dan *sing cover*, serta audisi pencarian bakat. Pusat perbelanjaan ini juga menjual berbagai macam pernik-pernik *Korean Wave*. Karena sering menyelenggarakan acara hiburan *Korean Wave* dan menjual pernik-pernik *K-Pop*, membuat BG Junction Mall populer di kalangan *K-Popers* Surabaya. Banyak pelajar *K-Popers* SMA Negeri 15 Surabaya datang ke BG Junction Mall, mereka datang untuk menonton festival budaya, menonton kompetisi *dance cover* dan *sing cover*, ataupun hanya untuk jalan-jalan dan melihat pernik-pernik saja.

C. Proses Internalisasi Budaya *Korean Wave* di Kalangan Pelajar *K-Popers* SMA Negeri 15 Surabaya.

Habitus merupakan sebuah produk yang dihasilkan dari proses internalisasi nilai-nilai sosial yang dialami oleh seorang individu. Bourdieu menilai bahwa sebuah habitus dapat terbentuk jika seorang individu melakukan interaksi dengan suatu lingkungan sosial dan para aktor sosial yang ada di dalamnya. Dimana individu tersebut akan melihat, mendengarkan, merasakan, dan memahami berbagai hal yang dilakukan oleh para aktor sosial. (Bourdieu, 1991) Dalam fenomena ini, para pelajar *K-Popers* selalu melakukan tindakan sosial yang berhubungan dengan produk *Korean Wave*, dimana kebiasaan ini disebut dengan habitus "*fangirling*". Para pelajar melakukan habitus *fangirling* secara terus-menerus, mengakibatkan perubahan pada gaya penampilan, gaya berbicara, dan gaya hidup yang mereka miliki. Terbentuknya habitus *fangirling*, dikarenakan adanya proses internalisasi yang dialami oleh para pelajar SMA Negeri 15 Surabaya terjadi setelah mereka berinteraksi dengan para penggemar *K-Pop* atau *K-Popers* yang di lingkungan tempat tinggal, lingkungan bermain, ataupun lingkungan sekolah.

Menurut Bourdieu, lingkungan tempat tinggal, lingkungan bermain, dan lingkungan sekolah mempengaruhi terjadinya proses internalisasi nilai-nilai sosial yang ada di dalamnya. Dimana hasil dari proses internalisasi akan membentuk sebuah habitus "*fangirling*" dalam diri para pelajar SMA Negeri 15 Surabaya. (Bourdieu, 1991) Hal ini terlihat dari lingkungan tempat tinggal milik Alifia, dimana ia tinggal bersama dengan sepupunya yang merupakan seorang penggemar fanatik dari *boyband Super Junior* dan *girlband SNSD*, dan bibinya yang gemar menonton drama Korea Selatan. Alifia sering diajak sepupunya untuk menonton penampilan Super Junior dan SNSD, ia juga sering mendengarkan lagu-lagu *K-Pop* yang diputar oleh sepupunya tersebut.

Alifia juga sering melihat bibinya menonton drama Korea Selatan di televisi, bibinya sering menonton drama dengan genre romansa yang ditayangkan di saluran televisi Indonesia, Seperti *Endless Love*, *Playfull Kiss*, *Full House*, dan *Boys Before Flower*. Karena mereka tinggal dalam satu rumah, secara tidak langsung Alifia juga melihat mendengarkan dialog dan melihat beberapa adegan dalam drama tersebut.

Berbeda dengan Alifia yang mendapat pengaruh dari orang-orang di lingkungan tempat tinggalnya, Nasywa, Fathan, dan Nadien tertarik kepada *K-Pop* karena mendapat pengaruh dari

lingkungan sekolahnya. Saat berada di SMP, mayoritas teman sekolah mereka merupakan penggemar *K-Pop* atau *K-Popers*. Setiap hari Nasywa, Fathan, dan Nadien mendengarkan lagu-lagu *K-Pop* yang diputar di kelas, mulai dari lagu *Sorry Sorry*, *Gee*, *Im The Best*, *Fantastic Baby*, dll. Mereka juga sering mendengarkan teman sekelasnya yang membicarakan *boyband* dan *girlband K-Pop*.

Saat Nasywa, Fathan, dan Nadien berada di lingkungan SMA Negeri 15 Surabaya, mereka bertemu lebih banyak pelajar *K-Popers* yang memiliki habitus *fangirling* yang berbeda-beda. Terdapat juga ekstrakurikuler KOLACULE yang menjadi ruang berkumpulnya para pelajar *K-Popers* SMA Negeri 15 Surabaya. di KOLACULE terdapat para pelajar *K-Popers* “hexis”, yakni *K-Popers* yang memiliki habitus *fangirling* yang kuat, serta memiliki pola pikir dan perilaku yang mencerminkan bahwa dirinya adalah seorang *K-Popers*. Mereka juga memiliki keinginan untuk menyebarkan habitus *fangirling* yang mereka miliki kepada para pelajar yang baru bergabung dengan KOLACULE dan pelajar non *K-Popers* lainnya. Sehingga hal ini dapat mendorong terjadinya habitus *fangirling* baru pada para pelajar *K-Popers* yang baru bergabung. (Bourdieu, 1991).

Sedangkan Ishma menyukai *K-Pop* karena mendapat pengaruh dari seorang teman yang tinggal di lingkungan sekitarnya. Teman Ishma bernama Erika yang merupakan penggemar fanatik dari *boyband BTS*. Erika sering mengajak Ishma untuk mendengarkan lagu dan menonton video musik *K-Pop* melalui laptopnya. Ishma juga sering diajak mendatangi acara-acara *Korean Wave* di pusat perbelanjaan di Kota Surabaya, seperti acara festival budaya dan acara perlombaan *dance cover*. Karena mendapat ajakan untuk melakukan berbagai kegiatan yang berhubungan dengan *BTS*, membuat Ishma menyukai *boyband BTS* secara perlahan.

Hal ini menggambarkan bahwa para pelajar telah melalui berbagai pembelajaran dari seorang ataupun sekelompok *K-Popers* di lingkungan tempat tinggal, lingkungan bermain, dan lingkungan sekolah mereka. Mereka juga melakukan berbagai pelatihan, yakni pelatihan mengkonsumsi budaya *Korean Wave*. Seperti menonton drama dan film Korea Selatan, mendengarkan lagu *K-Pop*, mengunjungi festival budaya *Korean Wave*, dll.

Terjadinya interaksi antara para pelajar SMA Negeri 15 Surabaya dengan *para K-Popers* di lingkungan sosialnya. Karena adanya komunikasi dan interaksi inilah yang mendorong terjadinya sebuah proses internalisasi Budaya *Korean Wave* di dalam diri para pelajar. (Bourdieu, 1991) Dimana proses internalisasi budaya *Korean Wave* ini melahirkan sebuah habitus “*fangirling*”. Habitus ini membuat para pelajar selalu melakukan aktivitas-aktivitas yang berhubungan dengan *Korean Wave*, seperti menonton drama dan film Korea Selatan, mendengarkan lagu *K-Pop*, menonton video musik *K-Pop*, hingga mengkonsumsi makanan khas Korea Selatan.

D. Kehidupan Pelajar K-Popers yang Berkiblat pada Korean Wave.

Terbentuknya habitus *fangirling*, membuat para pelajar *K-Popers* aktif melakukan berbagai kegiatan yang berhubungan dengan *Korean Wave*. Mulai dari menonton drama dan film Korea Selatan, mendengarkan lagu *K-Pop*, menonton video musik *K-Pop*, menonton konser *K-Pop*, membeli pernak-pernik, menghadiri jumpa penggemar, hingga membeli makanan dan minuman khas Korea Selatan. Mereka tidak hanya melakukan kegiatan *fangirling* sesekali, melainkan melakukannya setiap hari. Para pelajar *K-Popers* menganggap, bahwa kegiatan *fangirling* merupakan sebuah kewajiban yang harus dilakukan .

Secara perlahan, kegiatan *fangirling* membuat mereka semakin kecanduan *Korean Wave* dan berbagai hal tentang Korea Selatan. Mereka juga semakin terobsesi dengan para selebriti Korea Selatan beserta kehidupan pribadinya. Ketertarikan terhadap tren *Korean Wave*, membuat para pelajar *K-Popers* menginginkan kehidupan sempurna seperti yang dimiliki idolanya. Beberapa pelajar *K-Popers* berusaha untuk memiliki penampilan seperti idol *K-Pop*. Mereka meniru gaya busana, riasan wajah, model rambut, hingga warna rambut. Seperti menggunakan gaya pakaian *girl crush*, *school girl*, ataupun *swaggy*. Beberapa pelajar *K-Popers* juga memiliki model rambut *Korean waves hairstyle*, seperti model rambut *bush cut* dan *space bun*, mereka juga mengikuti tren warna rambut yang sedang populer di kalangan idol *K-Pop*, seperti *peek a boo blonde*, *ginger hair*, dan *milk tea hair*. Selain itu, para pelajar *K-*

Popers juga sering menggunakan riasan wajah *K-Beauty* saat menghadiri festival budaya Korea Selatan atau perlombaan *dance cover*. Seperti riasan wajah *summer peace make up*, *aegyo sal make up*, dan *raindrop eyes makeup*.

Keinginan untuk berpenampilan seperti selebriti Korea Selatan, membuat para pelajar *K-Popers* membeli berbagai produk impor asal Korea Selatan. Mulai dari membeli pakaian, produk kecantikan, produk kesehatan, hingga produk makanan dan minuman. Para pelajar *K-Popers* juga membeli berbagai pernak-pernik *K-Pop* yang dibanderol dengan harga mahal. Rasa obsesi untuk memiliki gaya penampilan seperti selebriti Korea Selatan, mendorong para pelajar *K-Popers* memiliki gaya hidup yang sangat konsumtif.

Selain meniru gaya penampilan, para pelajar *K-Popers* juga meniru cara berbicara, berperilaku, dan cara berpikir yang berkiblat pada *Korean Wave*. Mereka cenderung meniru adegan – adegan yang sering muncul di *K-Drama* dan *K-Variety Show*. Seperti membungkuk ketika mengucapkan salam, mengucapkan kata “*bal mokjaseumnida*” sebelum makan, dan melakukan “*heart sign*”. Para pelajar *K-Popers* juga sering berbicara menggunakan Bahasa Korea Selatan beserta logat “*Gyeong Gi*” yang sering digunakan masyarakat Korea Selatan pada umumnya. Mereka sering mengatakan “*Gomawo*” saat berterima kasih, “*mianbae*” saat meminta maaf, “*anyeong haseyo*” saat salam, dsb.

Selain memicu perubahan cara berbicara dan berperilaku, *Korean Wave* juga memberikan perubahan pada pola pikir para penggemarnya. Beberapa pelajar *K-Popers* yang memiliki kefanatikan kepada *Korean Wave* dan para selebriti Korea Selatan, akan berubah menjadi seorang *Aekgae*. Mereka berpikir bahwa setiap idol *K-Pop* hanya boleh dimiliki para penggemarnya. *Aekgae* mendukung dan memuji para idol *K-Pop* secara berlebihan. Mereka beranggapan bahwa idol tersebut memiliki bakat dan popularitas tertinggi, sehingga para *Aekgae* selalu menghina kemampuan dan popularitas dari idol – idol *K-Pop* lainnya. Para *Aekgae* juga melarang berkencan dan membatasi lingkup pertemanan para idolnya. Jika idol *K-Pop* favoritnya terkena rumor kencan, maka mereka akan menulis banyak komentar buruk kepada idol *K-Pop* lain dan para penggemarnya. Mereka menulis komentar berisi rasisme, perundungan, hingga pelecehan seksual.

4. Kesimpulan

Proses internalisasi Budaya *Korean Wave* di kalangan pelajar *K-Popers* SMA Negeri 15 Surabaya ditunjukkan melalui perilaku, gaya penampilan, gaya berbicara hingga gaya hidup para pelajarnya. Dimana mereka memiliki kehidupan yang berkiblat pada *Korean Wave*. Terjadinya proses internalisasi Budaya *Korean Wave* dipicu oleh adanya interaksi para pelajar dengan *K-Popers* di lingkungan tempat tinggal, lingkungan bermain, dan lingkungan sekolah. Mereka melihat, mendengar, dan merasakan segala sesuatu yang dilakukan oleh *K-Popers* tersebut. Tanpa disadari, para pelajar menerima pembelajaran tentang tren *Korean Wave*.

Setelah berinteraksi dengan seorang atau sekelompok *K-Popers* di lingkungan sosialnya, para pelajar akan memiliki berbagai nilai sosial yang mengendap dalam pikirannya. Nilai-nilai sosial inilah yang akan membentuk sebuah habitus baru, yakni habitus “*fangirling*”. Terciptanya habitus *fangirling*, membuat para pelajar selalu melakukan berbagai aktivitas yang berhubungan dengan tren *Korean Wave*. Seperti menonton *K-Drama* dan *K-Movie*, mendengarkan lagu *K-Pop*, mengikuti tren *K-Fashion*, hingga mengkonsumsi *K-Food*. Para pelajar yang memiliki habitus *fangirling* akan melakukan aktivitas *fangirling* setiap hari.

Para pelajar *K-Popers* yang melakukan habitus *fangirling* setiap hari, memiliki perilaku, gaya penampilan, gaya berbicara, dan gaya hidup yang cenderung berbeda dibanding pelajar non *K-Popers* lainnya. Saat berkumpul dengan anggota KOLACULE, para pelajar sering berbicara menggunakan dialek “*Gyeonggi*”, yakni dialek yang digunakan orang Korea Selatan untuk berkomunikasi. Dialek *Gyeonggi* juga sering muncul di adegan drama dan film Korea Selatan. Para pelajar sering berpenampilan layaknya idol *K-Pop* saat berada di luar lingkungan sekolah, mereka menggunakan pakaian dan riasan yang sedang populer di kalangan masyarakat Korea Selatan. Seperti riasan *summer peach* dan pakaian *Korean Outfit*. Keinginan untuk berpenampilan seperti selebriti Korea Selatan

membuat para pelajar memiliki gaya hidup yang lebih konsumtif. Mereka membeli berbagai pernak-pernik *K-Pop*, mulai dari *official merchandise* hingga pernak-pernik *K-Pop* yang dijual di festival *Korean Wave*. Mereka juga membeli berbagai produk kecantikan, produk kesehatan, hingga produk makanan dan minuman dari Korea Selatan. Ditemukannya berbagai aktivitas *fangirling* yang dilakukan para pelajar SMA Negeri 15 Surabaya, serta perubahan-perubahan dalam diri mereka menunjukkan terjadinya sebuah proses internalisasi Budaya *Korean Wave*. Dimana tindakan-tindakan sosial ini sesuai dengan teori Habitus yang diperkenalkan oleh Pierre Bourdieu.

Daftar Pustaka

- Iwabuchi, Koichi dan Chua Beng Huat. 2008. *East Asian Pop Culture : Analysing The Korean Wave*. Hongkong University Press
- Heryanto, Ariel. 2018. *Identitas dan Kenikmatan (Politik Budaya Layar Indonesia)*. Penerjemah oleh Eric Sasono. Jakarta : PT Gramedia
- Bourdieu, Pierre. 1991. *Language and Symbolic Power, Trans by Gino Raymond and Matthew Adamson*. Cambridge Polity Press
- Lexy, J. Moleong. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Bungin, Burhan. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif : Aktualisasi Metodologis ke Arab Ragam Varian Kontemporer*. Depok : PT Rajagrafindo Persada.
- Cho, Chul Ho. 2010. Korean Wave in Malaysia and Changes of The Korean Malaysia Relations. *Malaysian Journal of Media Studies Volume 12 Nomor 01 Tahun 2010*
- Prasanti, Rahayu Putri dkk. 2020. Dampak Drama Korea (*Korean Wave*) terhadap Pendidikan Remaja. *Lectura : Jurnal Pendidikan Volume 11 Nomor 02 Tahun 2020*