**BAB II**

**SEJARAH KEMUNCULAN DAN PERKEMBANGAN**

**FILM DAN DRAMA KOREA DI INDONESIA**

1. **Perkembangan Film Korea dan Diplomasi Korea**
2. **Sejarah Film Korea**

Industri perfilman Korea dibentuk sebagai sarana yang dipakai Jepang untuk memperluas pengaruhnya. Pada tahun 1920, Jpeang membuat Motion Picture Department dengan tujuan meningkatkan propaganda imprealisme Jepang baik didalam maupun diluar Korea. Departemen ini mencoba menciptakan serangan ideologi Jepang melalui film dengan caramengoprasikan program pendidikan yang membenarkan peraturan Jepang atas semenanjung Korea disegala aspek kehidupan. Dari departemen ini pula lahir beberapa peraturan seperti *Motion Picture anda film Cencorship Regulation (1926)*  dan *Motion Picture Control Regulation (1936).* Ketentuan pertama dari ketentuan peraturan ini menetapakn bahwa setiap film yang gagal melewati peraturan sensor maka tidak akan di izikan tayang (Kee Mee Hyun : 2006)

Selanjutnya menurut Kee Mee Hyun, pada kenyataannya sensor film hanyalah sebuah usaha pemerintah Jepang untuk mencekal film-film pemikiran rakyat Korea yang dianggap dapat membahayakan dan memunculkan sentimen atas Jepang.kebijakan ini bertujuan untuk mempromosikan ide bahwa Jepang dan Korea adalah satu bangsa, sebagaimana sebuah slogan yang menyebutkan *“Japan dan Korea are one Body”*

Setelah Jepang mengalami kekalahan , AS kemudian menggantikan kekuasaan negara matahari itu di Korea, termasuk wewenangnya dalam industri perfilman. Pasca kedua negara baik AS dengan Jepang meninggalkan Korea, maka industri perfilman mengalami dua sistem kebijakan.

1. **Sejarah Diplomasi Korea**

Sejarah hubungan dplomatik Korsel dan Indonesia dengan pemerintahan Korsel terbentuk pada tahun 1948. Setelah itu pemerintah Korsel berupaya mendapat pengakuan terutama dari negara-negara Asia. Kemudian Korsel mendapat pengakuan dari Indonesia. Pada tahun 1960-an Korsel sudah ingin menjalin hubungan diplomatik dengan Indonesia, tetapi karena Korea Utara terlebih dahulu menjalin hubungan diplomatik dengan Indonesia, maksud Korsel itu tidak kesampaian. Meskipun Korsel dan Indonesia belum ada hubungan diplomatik, tetapi pada tahun 1962, pebisnis Korsel sudah masuk ke Indonesia dalam bisnis pemgembangan hutan, setelah prtemu-an Ketua BIK (Badan Intelejen Korea), Kim Jong-pil bertemu dengan presiden Soekarno).

Setelah peristiwa G 30 S PKI tahun 1965, Presiden Soekarno jatuh dari kekuasaan dan diganti oleh Soeharto, maka kesempatan Korsel untuk menjalin hubungan diplomatik terbuka lebar. Kemudian pada bulan Desember 1966 Korsel dan Indonesia membuka hubungan konsul. Dalam ubungan konsul itu Korsel dan Indonesia saling bekerjasama membina hubungan kedua negara. Setelah terbentuknya pemeritahan Korsel tahun 1948, Pemerintahan Korsel yang dipimpin oleh Lee Seong-man giat memperkenalkan Korsel ke dunia internasional. Pada tanggal 30 Desember 1949 Sekretaris Kepresidenan, Jeon Kyu-hong melaporkan kepada Presiden Lee Seong-man bahwa Indonesia telah mengakui Korsel. Tahun 1950-an adalah masa dingin-nya hubungan timur dan barat. Sedangkan tahun 1960-an Korea Utara sedangkan bergiat mrmajukan gerakan non-komunisme dan non-blok di dunia ke tiga. Karena Korut dan Indonesia satu pandangan maka terjalinlah hubungan baik antara Korut dan Indonesia. Kemudian pada bulan April 1964 terjalinlah hubungan diplomatik antara Korut dan Indonesia, tahun itu juga Presiden Seokarno berkunjung ke Korut dan tahun 1965 Presiden Korut, Kim II-seung berkunjung ke Indonesia. Setelah itu hubungan kedua negara semakin erat. Berdasarkan dokumen dari Pemerintah Korsel, bahwa Pemerintah Indonesia pernah menolak kunjungan utusan persahabatan dari Korsel. Itu karena pengaruh dari hubungan Kim II-seung dengan Presiden Seokarno sangat erat.

Sebenarnya Pemerintahan Korsel sudah berupaya unutk menjalin hubungan diplomatik dengan Indonesia sejak tahun 1961. Ini dilakukan oleh Dubes Korsel di Thaliand, Yu Jae-heung. Kemudian diteruskan oleh Konjen Korsel, Be Ei-hwan di Jepang, pada bulan Juni 1962. Hari itu adalah tanggal 20 juni 1962, Konsul Indonesia di Jepang memberitahukan kepada duta besar Korsel untuk Jepang, bahwa Presiden Seokarno menyetujui pembuka an konsulat di kedua negara.

1. **Kebudayaan Korea melalui film dan drama Korea**

Berkembangnya budaya pop Korea (Hallyu) di negara-negara Asia Timur dan beberapa negara Asia Tenggara termasuk Indonesia menunjukkan adanya transformasi budaya asing ke negara lain. Berkembangnya budaya pop Korea di Indonesia dibuktikan dengan munculnya “Asian Fans Club” (AFC) yaitu blog Indonesia yang berisi tentang berita dunia hiburan Korea. AFC didirikan pada 1 Agustus 2009 oleh seorang remaja perempuan bernama Santi Ela Sari. Berdasarkan data statisktik dari situs Pagerank Alexa, Asian Fans Club adalah situs ‘Korean Intertainment’ terbesar di Indonesia. Sedangkan dari segi karakteristik demografis, pengunjung Asian Fans Club hampir seluruhnya berasal dari Indonesia, sebagian besar merupakan wanita berusia di bawah 25 tahun dengan akses internet rumah maupun sekolah.

Jika dilihat dari statistik jumlah pengunjung, sampai 3 Juni 2011, Asian Fans Club telah dikunjungi sebanyak 42.811.744 pengunjung. Hal ini berarti Asian Fans Club dikunjungi oleh rata-rata 58.646 orang setiap hari. Jumlah posting dari juni 2009 sampai juni 2011 mencapai 16.974 post dengan grafik jumlah post yang terus meningkat setiap bulan. Pada bulan Juni 2009 tercatat berita di post sejumlah 49 berita dalam satu bulan. Setahun kemudian yaitu di bulan Juni 2010 jumlah post mengalami meningkat pesat menjadi 629 dalam satu bulan dan terus meningkat sampai 1.542 post dalam bulan Mei 2011.

Data di atas menunjukkan bahwa budaya pop Korea di Indonesia berkembang sangat baik. Perkembangan ini dimulai pada tahun 2009 dan berkembang pesat pada tahun 2011 ini. Dalam konsepsi budaya, budaya populer yang dibawa Korea berada dalam dimensi konkret yang terwujud dalam artifak-artifak budaya seperti lagu, drama, film, musik, program televisi, makanan, dan bahasa. Sedangkan dimensi abstrak yang berupa nilai, norma, kepercayaan, tradisi, makna, terkandung secara tidak langsung dalam artifak budaya tersebut. Berkaitan dengan Asian Fans Club, budaya pop Korea yang diterima kelompok penggemar di Indonesia masih terbatas pada dimensi konkret, yaitu penerimaan terhadap musik, film, drama, dan artis-artis Korea.

Dengan demikian, berkembangnya budaya pop Korea (Korean Wave) di Indonesia merupakan perwujudan globalisasi dalam dimensi komunikasi dan budaya. Globalisasi dalam dimensi ini terjadi karena adanya proses mengkreasikan, menggandakan, menekankan, dan mengintensifikasi pertukaran serta kebergantungan informasi dalam dunia hiburan, dalam hal ini adalah dunia hiburan Korea. Kebergantungan ini masih dalal dimensi konkrit. Meskipun demikian, jika korean wave ini tidak disertai dengan apresiasi terhadap kebudayaan nasional, maka dikhawatirkan ekstensi kebudayaan nasional bergeser nilainya menjadi budaya marginal (pinggiran). Apalagi prosentase terbesar penerima korean wave di Indonesia adalah remaja. Padahal, remaja merupakan tonggak pembangunan nasional. Jika remaja sekarang sudah tidak mengenal kebudayaannya sendiri, maka kebudayaan nasional dapat mengalami kepunahan dan berganti dengan kebudayaan baru yang tidak sepenuhnya sesuai dengan kepribadian nenek moyang negara kita.

Oleh karena itu, peneliti tertarik melakukan penelitian terhadap eksistensi kebudayaan asli Indonesia di kalangan remaja. Hal ini bertujuan untuk mengantisipasi dampak negatif yang muncul akibat dari korean wave agar kebudayaan asli Indonesia masih memiliki nilai budaya yang tinggi di mata masyarakat Indonesia.

Pada awalnya, kajian tentang budaya populer tidak dapat dipisahkan dari peran Amerika Serikat dalam memproduksi dan menyebarkan budaya Populer. Negara tersebut 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, Korea Selatan, Hongkong, dan Taiwan.

Menurut Nissim Kadosh Otmazgin, peneliti dari *Center for Southeast Asian Studies* (CSEAS) Kyoto University, Jepang sangat sukses dalam menyebarkan budaya populernya. Ia mengemukakan bahwa :

**“Selama dua dekade terakhir, produk-produk budaya populer Jepang telah diekspor, diperdagangkan, dan dikonsumsi secara besar-besaran di seluruh Asia Timur dan Asia Tenggara”.**

*Manga* (komik Jepang), *anime* (film animasi), *games, fashion*, musik, dan drama Jepang (*dorama)* merupakan contoh-contoh budaya populer Jepang yang sukses di berbagai negara. Setelah Jepang, menyusul Korea Selatan yang melakukan ekspansi melalui budaya populer dalam bentuk hiburan.  Amerika Serikat sebagai negara asal budaya pop juga mendapat pengaruh penyebaran budaya pop Korea tersebut. Hal ini dibuktikan dengan masuknya beberapa artis Korea ke*Hollywood*. Di samping itu, film-film Korea juga menjadi magnet bagi sutradara*Hollywood* untuk melakukan *re-make* film Korea, salah satunya *Il Mare* yang ceritanya diadopsi *Hollywood* menjadi *Lake House*. Kasus di Amerika Serikat tersebut menjadi contoh keberhasilan ekspansi budaya populer Korea di dunia. Proses penyebaran budaya Korea di dunia dikenal dengan istilah *Hallyu*atau *Korean Wave.* *Hallyu* atau *Korean Wave* (“Gelombang Korea”) adalah istilah yang diberikan untuk tersebarnya budaya pop Korea secara global di berbagai negara di dunia.

Pada umumnya *Hallyu* mendorong masyarakat menerima untuk mempelajari bahasa Korea dan kebudayaan Korea. Dengan demikian budaya pop Korea merupakan budaya massa yang dapat diterima oleh semua kalangan dan berkembang melampaui batas negara. Budaya pop Korea ini bukanlah budaya asli Korea yang bersifat tradisional, melainkan budaya yang diciptakan sesuai dengan arah selera pasar (*market*-*driven*).[[1]](#footnote-1)

1. **Opini kaum muda di Indonesia terhadap Budaya Korea**

Respon postif pemerintahan Hallyu di Eropa. Kemenangan yang diraih atas grup idola Eropa oleh beberapa grup idola Hallyu dalam acara penghargaan tersebut menjadi bukti bahwa K-Pop dapat berkompetisi dengan industri musik di Eropa. Hallyu juga mendapatkan popularita di Rumania melalui penayangan K-Drama Jewel In The Palace pada tahun 2009. Dalam kurun waktu setahun, terdapat empat K-Drama yang telah ditayangkan jaringan televisi Rumania. Melihat peningkatan jumlah penonton K-Drama di televisi nasional Rumania atau TVRI, pada tahun 2011 terdapat tiga jaringan televisi swasta Rumania seperti: National TV, N24 Plus dan Euforia TV mulai melakukan impor K-Drama. Penyebab utamanya adalah peningkatan jumlah penonton selama periode penayangan K-Drama oleh jaringan Televisi Rumania. Bukti lain yang menunjukkan tanggapan positif terhadap kebudayaan Korea Selatan di Eropa adalah keterlibatan bintang Hallyu, EXO dalam acara Closing Summer Universiade tahun 2013 di Kazzan-Rusia. Tidak hanya bintang Hallyu saja, tetapi jga acara penutupan festival olahraga tersebut juga mnghadirkan pertunjukan budaya povinsi Gwangju sebagai perwakilan dari Korea Selatan. Dmpak Hallyu di Eropa dapat terlihat jelas dalam bidang pendidikan, salah satunya adalah meningkatkan ketertarikan para intelektual di Rumania untuk melakukan penelitian terhadap dampak dari penyebaran kebudayaan Korea Selatan. Selain itu adanya pembukaan jurusan pendidikan kebudayaan 28 Manirescu, Valentina, 2013.[[2]](#footnote-2)

1. **Apresiasi kaum muda terhadap film dan drama Korea di Indonesia**

Alasan ketertarikan Pada K-Pop Dari 10 Responden subjek penelitian, remaja-remaja tersebut mempunyai alasan ketertarikan pada K-Pop. Dari ke 10 responden tersebut banyak diantaranya memilih lebih dari satu alasan yang peneliti berikan. Mayoritas responden memiliki alasan menyukai K-Pop karena penampilan para aktor dan aktris Korea tampan dan cantik, selanjutnya responden yang memilih karena alasan genre musik dan cerita pada drama Korea yang sangat menarik, lalu yang terakhir adalah responden yang memilih karena tarian modern, bahasa serta kuliner, Berikut daftar alasan ketertarikan :

1. Drama Korea (Film dan TV serial)
2. Musik Korea (Group Band)
3. Penampilan Artis Korea (Penyanyi dan Bintang Film)
4. Tarian Modern (Boyband dan Girlband)
5. Bahasa dan kuliner
6. **Kebiasaan / Tradisi, Kesenian, dan Bahasa Korea Selatan**

Ada sebuah tradisi / kebiasaan yang cukup terkenal di Korea. Tradisi ini dinamakan “sesi custom”. Tradisi sesi dilaksanakan sekali setiap tahun. Sesi adalah sebuah tradisi untuk mengakselerasikan ritme dari sebuah lingkaran kehidupan tahunan sehingga seseorang dapat lebih maju di lingkaran kehidupan tahun berikutnya. Tradisi sesi dilaksanakan berdasarkan kalender bulan (Lunar Calender). Matahari, menurut adat Korea , tidak menunjukkan suatu karakteristik musiman. Akan tetapi, Bulan menunjukkan suatu perbedaan melalui perubahan fase bulan. Oleh karena itu, lebih mudah membedakan adanya perubahan musim atau waktu melalui fase bulan yang dilihat.

Dalam tradisi sesi, ada lima dewa yang disembah, yaitu irwolseongsin (dewa matahari bulan dan bintang), sancheonsin (dewa gunung dan sungai), yongwangsin (raja naga), seonangsin (dewa kekuasaan), dan gasin (dewa rumah). Kelima dewa ini disembah karena dianggap dapat mengubah nasib dan keberuntungan seseorang. Pada hari di mana sesi dilaksanakan, akan diadakan sebuah acara makan malam antar sesama keluarga yang pertalian darahnya dekat (orang tua dengan anaknya). Acara makan wajib diawali dengan kimchi dan lalu dilanjutkan dengan “complete food session”. Ada juga mitos lain dalam memperoleh keberuntungan menurut tradisi Korea, antara lain “nut cracking” yaitu memecahkan kulit kacang-kacangan yang keras pada malam purnama pertama tahun baru, “treading on the bridge” yaitu berjalan dengan sangat santai melewati jembatan di bawah bulan purnama pada malam purnama pertama tahun baru yang katanya dapat membuat kaki kita kuat sepanjang tahun, dan “hanging a lucky rice scoop” yaitu menggantungkan skop (sendok) pengambil nasi di sebuah jendela yang katanya akan memberi beras yang melimpah sepanjang tahun.

Kesenian tradisional di Korea, dalam hal ini musik dan tarian, diperuntukkan khusus sebagai suatu bagian dalam penyembahan “ lima dewa”. Ada beberapa alat musik tradisional yang digunakan, misalnya hyeonhakgeum (sejenis alat musik berwarna hitam yang bentuknya seperti pipa dengan tujuh buah senar) dan gayageum (alat musik mirip hyeonhakgum tetapi bentuk, struktur, corak, dan cara memainkannya berbeda dan memiliki dua belas buah senar). Tarian tradisional yang cukup terkenal di Korea antara lain cheoyongmu (tarian topeng), hakchum (tarian perang), dan chunaengjeon (tarian musim semi). Tarian chunaengjeon ditarikan sebagai tanda terima kasih kepada dewa irwolseongsin dan dewa sancheonsin atas panen yang berhasil.Bahasa yang digunakan di Korea adalah bahasa Korea . Penulisan bahasa Korea dinamakan Hangeul. Hangeul diciptakan oleh Raja Sejong pada abad ke 15. Hangeul te[[3]](#footnote-3)rdiri dari 10 huruf vokal dan 14 konsonan yang bisa dikombinasikan menjadi banyak sekali huruf-huruf dalam bahasa Korea. Hangeul sangat mudah dibaca dan dipelajari. Hangeul juga dianggap sebagai bahasa tulisan yang paling sistematik dan scientific di dunia.[[4]](#footnote-4)

1. **Komitmen Korea di Indonesia dalam bidang kebudayaan**

Dalam hukum internasional bidang kebudayaan yang diterapkan oleh Korea disebutkan bahwa pemerintah ROK telah membangunkontrak kerjasama budaya dan membentuk komite umum kebudayaan demi memperkuat hubungan bilateral dan kerjasama dibidang kebudayaan dalam level internasional. Pernyataan ini menunjukan bahwa ROK telah melakukan kontrak kerjasama kebudayaan dengan banyak negara. Perjanjian tersebut telah menandai dilakukannya aktivitas kerjasama kebudayaan dengan 80 negara. Selanjutnya, sebagai bentuk aktivasi pertukaran kebudayaan antar negara, pemerintah Korea mendirikan komite bersama kebudayaan di 30 negara dengan tujuan untuk memperluas pemahaman budaya antar bangsa. Komunitas fandom terbesar setelah Korea Selatan, seperti: komunitas fandom Super Junior (Elf), fandom EXO (EXO Stans) dan banyak lagi. Keberadaan komunitas tersebut membuktikan popularitas yang diraih Hallyu di kawasan Asia Tenggara. Fenomena Hallyu terhadap masyarakat Asia Tenggara terlihat jelas dari perubahan gaya hidup, pola konsumsi serta pandangan masyarakat Asia Tenggara tentan Korea Selatan. Hallyu diterima dengan antusias oleh sebagian besar masyarakat Indonesia. Popularitas yang diraih oleh Hallyu di Indonesia salah satunya dapat digambarkan melalui tayangan K-Drama di televisi lokal. Indosiar merupakan jaringan televisi lokal Indonesia yang melakukan impor K-Drama dari berbagai stasiun jaringan televisi di Korea Selatan, seperti: KBS, SBS, MBC dan Channe M. Beberapa K-Drama yang ditayangkan di Indosiar meraih sukses, seperti: drama Jewel In The Palace, Full House, Boys Before Flower dan banyak lagi. Tidak hanya itu tayangan program Musik Bank yang sempet ditayangkan oleh Indosiar juga mendapat perhatian dari masyarakat Indonesia untuk lebih mngenal K-Pop. Selain itu fenomena Hallyu juga sudah menjadi bahan kajian untuk penelitian akademik yang dibuktikan melalui penerbitan jurnal akademik mengenai fenomena Hallyu. Dampak Hallyu terhadap perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia terbukti dari produk-produk Korea Selatan yang muncul di dalam K-Drama menarik perhatian penggemar Hallyu untuk memiliki produk tersebut. Meningkatnya bisnis online shoping yang menyediakan pakaian impor dari Korea Selatan menjadi salah satu bukti pengaruh Hallyu terhadap pola kaum muda Indonesia. Penyelenggaraan K-Pop Cover Dance Fastival 2013 juga dinilai sebagai poin pendorong ketertarikan masyarakat Indonesia terhadap kebudayaan Korea Selatan. Fenomena Hallyu di Indonesia saat ini tidak lagi menjadi sesuatu yang dianggap asing, karena keberhasilan penyebaran kebudayaan Korea Selatan di Indonesia bukanlah sesuatu yang baru diketahui kebenarannya.

1. **Faktor kaum muda di Indonesia terpengaruh budaya Korea**
2. **Serial Drama**

Keberhasilan drama Korea mengambil hati masyarakat Indonesia terbukti dengan tingginya minat penonton terhadap drama Korea yang pertama kali ditayangkan saat itu, yaitu Endless love. Sukses Endless love membuat stasiun televisi lokal lebih gencar mengimpor drama dari negeri gingseng. Drama seperti Jewel in The Palace. Princess Hours, Coffe Prince, Winter Sonata, Full House, My Sassy Girl Chunhyang, hingga Boys Before Flower tak kalah suksesnya menarik perhatian masyarakat. Bahkan, para pemain yang ada dalam drama-drama tersebut telah menjadi idola baru di kalangan masyarakat Indonesia.

Dalam Korea datang mebawa tontonan ringan yang bertemakan keluarga dan berbagai konflik di dalamnya, yang dibungkus sedemikan rupa sehingga menarik untuk ditonton. Tentu drama Korea ini segera digandurungi masyarakat yang memang menginginkan sesuatu baru. Dan memang kenyataanya, masyarakat sangat antusias menonton drama Korea. Drama Korea Endless love yang ditayangkan pada tahun 2002 menjadi awal penyebaran *Korean Wave.* Sinetron produksi stasiun televisi KBS (Korean Broadcasting Station atau televisi pemerintah Korea) yang di negara asalnya meraih sukses yang besar telah dibeli hak siarnya untuk diperkenalkan kepada masyarakat Indonesia saat itu. Romantisme dan kisah tragis yang menyedihkan senantiasa mewarnai drama ini sehingga Endless love sukses memikat hati para pemirsa yang sebagaian besar kaum hawa. Selain itu drama ini juga diperanakan oleh aktor dan aktris yang good looking dan memiliki kemampuan akting yang memukau. Berdasarkan survai AC Nielsen Indonesia, Endless love rating-nya mencapai 10 (ditonton sekitar 2,8 juta di lima kota besar). Mendekati Meteor garden dengan rating 11 (sekitar 2,08 juta pemirsa) (Kompas, 14 Juli 2003). Bahkan stasiun televisi lain pun juga mulai menayangkan sinetron Gless Shoes dan Lover. TV7 pada tahun 2003 menayangkan *Beautiful Days.* Selain Indosiar, Trans TV, dan TV7, SCTV pun selama kurun waktu 2002-2003 juga menayangkan beberapa sinetron Korea berjudul Invitation, Pop Corn, Four Sisters, Successful Bride Girl, Sunlight Upon Me dan Winter Sonata. Namun, di antara sinetron-sinetron tersebut, yang paling populer dan mendapatkan hati di masyarakat Indonesia adalah sinetron Winet Sonata. Khusus sinetron yang disebut terakhir ini, SCTV telah menayangkannya pada tahun 2002 setiap Senin pukul 19.00. Sedangkan, jejak September 2004 ini, Indosiar juga menayangkan ulang sinetron ini setiap Senin-Kamis pukul 15.30. melihat fenomena seperti ini, satu hal yang bisa dilihat adalah besarnya keinginan sebagian masyarakat Indonesia untuk menonton sinetron ini walaupun telah ditayangkan sebelumnya.

Judul-judul drama seperti Jewel in The Palace, Princess Hours, Coffe Prince, My Sassy Girl Chunhyang sehingga yang paling fenomenal Boys Before Flower menuai kepopuleran di Indonesia. Adegan dalam drama dibalut dengan kisah romants banyak memikat hati penonton. Tidak hanya romantis, seringkali adegan-adegan konyol juga mewarnai sebagian besar drama Korea sehingga cerita yang disajikan menjadi tidak begitu berat dan menyedihkan. Adegan-adegan yang ditayangkan juga tidak vulgar seperti film barat. Selain itu episode-nya juga tidak sepanjang sinetron Indonesia, hanya sekitar 16 hingga 25 episode saja. Hal-hal tersebut tentu saja membuat drama Korea langsung melejit di Indonesia. Tidak hanya menayangkan drama Korea, Indonesia juga berusaha membuat drama yang menyerupai Drama Korea bahkan hampir mempunyai jalan cerita yang sama seprti Cinta Cenat Cenut yang diperankan oleh Boyband ternama di Indonesia yaitu Smash.[[5]](#footnote-5)

**2**. **Musik**

Kemudian muncullah musik Korea yang disebut *K-Pop*. Awalnya Korea muncul dengan dramanya yang disebut drama Korea. Dari drama korea yang berhasil mencuri perhatian masyarakat Indonesia bahkan hampir seluruh masyarakat dunia yang menyukai drama korea seperti full house, endless love, princess hours, stairway to heaven, winer sonata dan masih banyak yang lain, dari sinilah musik K-Pop mulai menjamur keseluruh negara di dunia. Perlahan tapi pasti itulah yang dilakukan korea untuk menguasai industri musik dunia termasuk Indonesia. Dapat dilihat dari semakin banyaknya girlband dan boyband di Indonesia yang berkiblat ke musik K-Pop. Bahkan baru-baru ini korea memunculkan fenomenal yang membuat musik Korea semakin dikenal di dunia Internasional yaitu music video yang berjudul *gangnam style* telah dilihat oleh pengunjung situs tersebut sebanyak lebih dari 160juta pengunjung. Hal ini membuktikan musik Korea telah berpengaruh terhadap industri musik yang ada di dunia terlebih di Indonesia. Di lihat dari awal berkembangnya musik di Indonesia hingga saat ini, musik Indonesia telah mengalami banyak perubahan. Tetapi dalam perkembangannya, musik Indonesia semakin jarang diminati oleh masyarakat di Indonesia karena masyarakat Indonesia lebih memilih K-Pop yang saat ini sedang banyak diminati.

Smash dan 7Icons merupakan boyband dan girlband Indonesia yang pertama kali menggebrak musik Indonesia panggung musik di Indonesia dari sejak itulah bermunculan berbagai girlband dan boyband dari Indonesia seperti cherrybelle,Supergirlies,Tina with The Girls,Bexxa,Hitz,XOXI,Coboy Junior dan lain sebagainya hingga banyak ajang pencarian bakat unutk girlband dan boyband asal Indonesia untuk mendapatkan pelatih di Korea.

**3. Makanan**

Penggemar drama Korea tergiur mencicipi makanan Korea karena sebelumnya melihat makanan tersebut dalam drama. Sekarang di Indonesia sudah sangat banyak restoran yang menyajikan menu makanan khas Korea setelah menggemanya Korean Wave. Makanan Korea yang disukai masyarakat Indonesia adalah Kimchi, Bibimbap, Bulgogi, Japchae, dan mi ramyun.[[6]](#footnote-6)

1. **Perkembangan Korean Wave di Indonesia**
2. Jejak-jejak Korean Wave di Indonesia

Berdasarkan hasil riset dan pengumpulan data selama satu dekade mengenai Hallyu di Indonesia ada tujuh jejak-jejak Hallyu di Indonesia. Ketujuh jejak-jejak di Indonesia tersebut berasal dari poling, survai, komentar, diskusi, dan berita-berita baik dari sumber online maupun media cetak seperti koran dan buletin yang menyajikan barita Hallyu di Indonesia.

*Pertama,* semakin terbiasanya publik Indonesia dengan artis dan aktor Korea dalam dekade ini telah terjadi perkembangan besar tentang seberapa jauh mereka ketahui tentang Korea. Ketika seseorang ditanya mengenai apa yang menjawabnya dengan mengkaitkannya dengan persepakbolaan Korea atau piala dunianya, atau menjawab dengan satu hal yang khusus yaitu drama Korea dari televisi. Sebagian dari mereka mengaitkan satu atau dua judul drama Korea yang mereka ingat. Di samping itu, nama-nama seperti Won Bin, Bae Young Jun, dan Rain muncul dalam jawaban. Banyak orang dulu gandrung dengan drama Jepang atau Taiwan akhirnya juga menaruh minat dengan drama serial Korea.

Meningkatnya popularitas pemain drama Korea tekah membawa berkah tersendiri yaitu adanya penjualan memorabillia yang berkaitan dengan drama tersebut. Para aktor dan penyanyi Korea telah menjadi gambar sampul yang lumrah di berbagai tabloid dan majalah. Ditambah lagi menjualan foto, gantungan kunci, poster dan kalender bergambar artis Korea yang semakin dewasa. Hal ini menunjukan diterimanya artis Korea di pasar Indonesia bersama dengan artis Hollywood, sesuatu yang layak dicatat dalam sejarah modern budaya Korea mengingat telah kuatnya pengaruh Hollywood di Indonesia serta bagian dunia lainnya.

*Kedua*, meningkatnya jumlah fans club di Indonesia. Ketenaran drama Korea tak hanya menaikkan citra para aktor dan aktrisnya, namun hal ini juga mematrikan keberadaan mereka dalam bentuk fans club yang tersebar di berbagai tempat. Para fans tak hanya mengidolakan mereka, namun mereka juga ingin tahu lebih banyak dan terlibat dengan orang lain yang berminat sama. Pada titik ini munculnya klub Won Bin dan Bae Young Jun/BYJ (mulai 2003-an) adalah sebagian dari banyak fans club yang didedikasikan untuk kegiatan terhadap budaya Pop Korea. Anggota dari fans club yang didirikan pada tanggal 29 Agustus 2004 dan tetap eksis. Situs klub ini adalah [www.byjindofamily.com](http://www.byjindofamily.com) dimana para anggotanya dapat memuaskan keingintahuan mereka akan berita, informasi, profil, dan tautan-tautan dengan BYJ klub lain di dunia maya.

*Ketiga,* berkembanganya situs pertemanan sosial online yang berfokus pada budaya Pop Korea. Forum-forum disjusi online terutama pada pengaruh terakhir dekade ini. Ruang ngbrol dan forum diskusi bertema film, drama,aktor,artis, K-Pop, dan berbagai macam lagu Korea banyak menarik perhatian. Dibarengi dengan semakin murahnya harga netbook dan mudah didapatkannya lingkungan ber-wifi diruang publik telah membantu memfasilitasi orang-orang yang tertarik pada budaya. Mereka dapat mengaktualisasikan minat dan kegemaran mereka dengan ikut berpartisipasi dalam forum dan perkumpulan sosial online tersebut. Dua contoh yang dicatat disini adalah forum dan perkumpulan sosial online tersebut. Dua contoh yang patut disini adalah forum diskusi di alutan Indonesia yang bertautan dengan stasiun TV swasta indosiar serta situs [www.facebok.com](http://www.facebok.com) serta situs <http://twitter.com/Kpop> on IndoTV yang berjuang dengan cara mengkhususkan diri menggaet satu juta pendukung *K-Pop* di Indonesia. Situs pertama telah ada sejak awal tahun 2002-an, sementara yang kedua baru muncul pada tahun 2010. Situs pertama terkenal karena telah memberikan tempat bagi mereka yang keranjingan dengan drama-drama Korea. Forum ini menyatukan semua orang dari berbagai lapisan yang ingin menunjukan antusiasme mereka terhadap *K-Drama* bahkan mereka telah mengadakan pertemuan rutin untuk berdiskusi dan saling berkenalan dengan sesama anggota. Situs kedua dibuat oleh seorang remajajogja yang ingin menyatukan semua pecinta *K-Pop* di tanah air untuk mendukung adanya gerakan datangnya artis Korea ke Indonesia karena kuatnya fans di Indonesia.

Wabsite-website di atas hanyalah segelintir dari beratus-ratus situs yang besinergi dengan para anggotanya untuk memberikan info seputar artis Korea, memang membantu untuk bertukar pikiran, mengkritik, berharap, dan mengomentari apapun tentang K-Drama dan Film. Isi forum-forum tersebut mengindikasikan apa yang terbaru dan menarik buat mereka. Dalam hal jumlah pengunjung yang berjumlah ribuan, forum-forum tersebut merefleksikan antusiasme atau kegemararan sebagaian orang Indonesia terhadap soundtrack drama Korea, foto-foto terbaru seputar dunia hiburan Korea, gosip terbaru, dan berita-berita lainnya. Secara singkat, dunia online dan maya memang menceritakan gambaran terkini dan terbaru tentang bagaimana produk budaya Korea diminati dan dihargai di Indonesia.

*Keempat,* munculnya situs-situs internet yang dibuat oleh orang Indonesia yang mendedikasikannya untuk drama dan film Korea. Penayangan K-Drama telah memicu ekspansi situs-situs yang terkait di Indonesia. Dilihat dari mesin pencari, apabila di entri hal-hal yang berbau Korea, maka akan terlihat bagaimana dan apa saja yang terpampang di sana, walaupun ada pendapat yang mengatakan bahwa mesin pencari akan menunjukan data yang ada di dalamnya adalah cerminan realitas yang ada. Sejak banyak orang yang menggunakan onternet sebagai sumber informasi, maka tak terelakan pentingnya mengetahui apa yang orang modern lakukan, baca, tukar, dagangankan, dan bicarakan. Semua itu terpampang di dunia maya.

*Kelima*, terbiasanya konsumen Indonesia terhadap VCD, DVD, CD, MP3, termasuk nada dering telepon selular yang bernuansa Korea. Film dan drama Korea yang di produksi antara tahun 2000-2010 telah beredar di toko dan emperan toko di pelosok neneri. Mereka bisa mudah dikenali dengan adanya tulisan Hngeul dan judul inggrisnya.banyak judul lama dan baru yang beredar dan terus berputar di masyarakat.

*Keenam,* berkembangnya komik-komik dan buku Korea terjemahan bahasa Indonesia, PT. Gramedia sebagai salah satu penerbit buku terkemuka dan jaringan toko buku terbesar di Indonesia cukup memahami keberadaan Hallyu di Indonesia. Buku dan komik Korea terutama yang terkait dengan budaya populer pernah diterbitkan pula oleh penerbit ini. Pada tahun 2002 ada buku versi terjemahan kisah Endles love karya Oh Soo Yeon yang diterbitkan dengan judul Cinta Tanpa Akhir bersamaan dengan meluasnya gaung drama Korea saat itu. Pada tahun 2010 PT. Elex media menerbitkan beberapa komik dari Korea terkemuka Indonesia adalah terbitan komik ilmu pengetahuan seri Why yang ditunjukan untuk anak-anak didik sekolah dasar hingga tingkat atas, PT. Erlangga sebagai salah satu penerbit terkemuka di Indonesia juga sering menerbitkan seri komik pengetahuan dari Korea. Terlepas dari definisi *Hallyu* yang terlihat lebih memfokus pada dunia hiburan, keberadaan hal-hal ini menunjukan adanya keragaman pengaruh *Hallyu* ke Indonesia.

*Ketujuh*, menjamurnya tabloid cetak yang berfokus pada dunia industri Asia, termasuk Korea. Selama tahun 2000-2010, jumlah tabloid yang menampilkan artis Asia termasuk Korea semakin banyak peminatnya. Bintang Asia dan Asian plus adalah dua contoh tabloid yang mengkhususkan dirinya membidik pasar para Korea mania di Indonesia. Bersamaan dengan dua tabloid tersebut, beberapa majalah remaja seperti Kawanku dan Olga juga bisa dikatagorikan sebagai medium penyebaran *Hallyu* dan kisah-kisah di balik itu. Singkatnya, para selebritas dan dunia hiburan Korea adalah bak kacang goreng yang laris manis dijual untuk para remaja yang kebanyakan cewek. Sekali lagi eksistensi tabloid-tabloid semacam itu memang menjadi bukti adanya permintaan pasar.

Bahkan melihat perkembangan selama dua tahun tersebut bisa cukup untuk mengatakan bahwa para artis Korea telah berada level yang sejajar dengan para bintang Hollywood yang dalam hal kepopuleran mereka di mata para konsumen Indonesia.

Satu hal terakhir yang perlu diungkapkan untuk menutup gambaran dan jejak Hallyu di Indonesia selama dekade ini adalah gaya fasyen Korea. Walupun gaungnya belum sebesar film,drama, dan *K-Pop*, namun sejumlah situs penjualan online gaya fesyen Korea serta toko-toko yang secara terus terang menawarkan gaya Korea telah terlihat dan mulai banyak. Dalam majalah, istilah gaya Korea yang bercirikan garis-garis nan simple, atasan bergaris, doubke top buat para cewek telah menjadi hip dan barang laris. Terlebih lagi, dengan ketenaran para aktor BBF dengan gaya berpakaian mereka juga membuat gaya para cowok mengikutinya.[[7]](#footnote-7)

Sambutan hangat masyarakat Indonesia terhadap Hallyu seperti yang terekam dalam gambaran-gambaran mengenai jejak-jejak Hallyu di Indonesia memang menunjukan fakta bahwa demam Korea tetap eksis dan terus berlangsung di negeri ini. Pada tataran tertentu, keberhasilan Korea dengan Hallyu nya bisa dilihat sebagai suatu yang mengagumkan karena fenomena ini berhasil mengambil hati masyarakat Indonesia yang tengah terdominasi pengaruh kehadiran Hollywood dalam ranah hiburannys. Selama satu dekade tersebut dapat dikatakan pula bahwa Korea telah menjadi salah satu pemengaruh kebudayaan dan dunia hiburan di Indonesia.

Budaya Korea atau *Korean Wave* sedang ramai di Indonesia, mulai dari musik, drama, pendidikan, makanan, objek wisata, dan segenap topik lian mengenai *Korean Wave*.

1. <http://id.wikipedia.org/wiki/koreanwave> [↑](#footnote-ref-1)
2. RO-Hallyu: The influence of Korean Wave In Romania, Faculty of Sociology and Social Work University of Bucharest,pp.1-13, hlm.5. [↑](#footnote-ref-2)
3. http://meyhero.wordpress.com/2009/10/25/kebudayaan-korea/ [↑](#footnote-ref-3)
4. [↑](#footnote-ref-4)
5. http://endahrisnawatiii.blogspot.com/2013/02/makalah-kebudayaan-korea-indonesia.html [↑](#footnote-ref-5)
6. ibid [↑](#footnote-ref-6)
7. *INAKOS,OP.Cit, hlm.51* [↑](#footnote-ref-7)