

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi dan informasi yang semakin luas dimana televisi, radio, surat kabar dan internet digunakan sebagai media untuk menyampaikan atau menyebarkan informasi kepada masyarakat di berbagai belahan dunia. Kemajuan teknologi dan informasi memungkinkan masyarakat untuk saling terbuka dengan informasi yang ada dan memudahkan masyarakat untuk saling berbagi informasi melalui jaringan internet (Audina et al., 2024:1560). Dengan adanya jaringan internet, masuknya budaya asing melalui teknologi dan informasi menjadi sangat mudah. Masuknya budaya asing ini bahkan sudah tercantum dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Pasal 32 ayat 1 yang berbunyi “Negara memajukan kebudayaan nasional Indonesia di tengah peradaban dunia dengan menjamin kebebasan masyarakat dalam memelihara dan mengembangkan nilai-nilai budayanya”. Hal ini membuktikan bahwa perkembangan informasi dan teknologi yang masuk ke Indonesia begitu sangat cepat. Salah satu budaya asing yang masuk ke Indonesia yaitu budaya dari Korea Selatan yaitu budaya *Korean Wave* atau biasa disebut dengan Gelombang Korea (Hasanah & Dewantara, 2023:268).

Budaya *Korean Wave (Hallyu)* atau secara sederhananya merupakan gelombang Korea yang sudah masuk pada pasaran Indonesia mulai pada tahun 2000-an. *Korean Wave* sendiri masuk dan berkembang di Indonesia

melalui serial *series* atau *drama Korea*, dan melalui itulah budaya *Korean Wave* dapat menyebar pesat dan sangat mudah masuk di Indonesia.

Korean Wave atau biasa disebut dengan (*Hallyu*) 한류 (*Hallyu*) dalam arti bahasa Korea adalah “arus *Han*”, kata *han* yang dimaksud mengacu pada kata *Hankuk* 한국 atau Korea dan 류 (*ryu*) yang mengarah pada kata “arus”. Istilah yang muncul dan diciptakan oleh media massa dari China, merupakan istilah dari tersebarnya budaya pop Korea secara global di seluruh berbagai negara di dunia. *Korean Wave* pada hakikatnya merupakan fenomena demam Korea yang disebarkan melalui *Korean Pop Culture* ke seluruh penjuru dunia melalui media massa, dan juga ada yang terbesar melewati jaringan internet maupun televisi (Yunus Ahmad et al., 2024:111). Istilah *Korean Wave (Hallyu)* pertama kali diperkenalkan di China, sebagai fenomena penyebaran budaya populer Korea terutama pada aspek musik, drama TV, film, *fashion*, *skincare*, dan *makeup* di wilayah Asia Timur dan Asia Tenggara, termasuk China, Taiwan, dan Vietnam (Susanti et al., 2023:293).

Adanya budaya *Korean Wave (Hallyu)* ini dapat menyita perhatian pada Masyarakat Indonesia terlebih lagi pada para remaja generasi muda zaman sekarang. Dan juga, menjadikan budaya *Korean Wave* ini sangat populer dan juga sangat digemari para remaja yang ada di Indonesia maupun di berbagai belahan dunia. Dampak dari budaya *Korean Wave* ini sendiri dapat menyebabkan mereka mengalami transformasi kepribadian atau

perubahan karakter (Melian et al., 2021:5), dan juga melunturkan atau menghilangkannya dan menggeser budaya-budaya asli Indonesia yang telah lama ada di Indonesia. Tidak hanya itu, budaya *Korean Wave* ini juga dapat menghilangkan rasa nasionalisme kita pada negara Indonesia. Jika tidak adanya pemahaman tentang apa itu budaya *Korean Wave* ini, rasa nasionalisme ini akan melemah dan perlahan akan hilang. Dan jika ini terus-terusan dibiarkan akan terjadi rasa nasionalisme pada remaja akan hilang dan tidak peduli dengan apapun yang ada pada negara Indonesia (Susilowati & Pamulang, 2023:8).

Nasionalisme merupakan keyakinan politik yang pada akhirnya mengeras menjadi nasionalisme di antara orang-orang yang memiliki bahasa, budaya, wilayah, ideologi, dan seperangkat nilai yang sama. Pemahaman ini berkembang, kemudian mempengaruhi negara bangsa secara luas dan berdampak pada dinamika kekuatan dunia (Fahrudin et al., 2020:2).

Kata nasionalisme berasal dari kata bangsa dalam bahasa Inggris, yang menunjukkan entitas politik otonom atau kelompok teritorial yang berbeda dari bangsa-bangsa lain karena memiliki sifat-sifat dan hak kewarganegaraan yang sama, hak kewarganegaraan, yang memiliki kualitas yang sama yang membedakannya dari komunitas lain. Sementara itu, nasionalisme (bahasa Inggris=*nationalism*) mengacu pada gerakan intelektual yang para pengikutnya menganggap tujuan untuk mencapai dan

mempertahankan pemerintahan sendiri sebagai tujuan mereka sendiri (Mugiyono, 2014:2).

pemerintahan sendiri, di mana para pesertanya memandangnya sebagai bangsa yang mungkin atau nyata. Nasionalisme dapat menyaring perubahan moral yang meluas di era globalisasi dengan lebih baik dan membuat orang lebih tahan terhadap pengaruh positif dan negatif seiring bertambahnya usia. Generasi muda Diantisipasi untuk lebih siap menghadapi globalisasi dan melestarikan identitas Indonesia pada saat yang sama dengan memperkuat moralitas dan etika melalui pendidikan Pancasila (Hasanah & Dewantara, 2023:271).

Selain dapat menggeser budaya asli yang ada di Indonesia, dan juga menghilangkan atau melunturkan rasa nasionalisme, pengaruh budaya *Korean Wave* ini juga dapat merubah perilaku pada remaja generasi muda zaman sekarang ini. Penyebaran budaya *Korean Wave* yang massif digabung dengan dedikasi para penggemar yang semakin tinggi, semakin menyusup pada perilaku konsumsi pada penggemar itu sendiri, menggeser para penggemar yang sebelumnya adalah konsumen pasif menjadi konsumen aktif (Tjahyadi et al., 2021:347). Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti di MA Negeri 1 Ngawi, para remaja terutama siswa kelas 11 menyukai budaya *Korean Wave* dan bahkan suka dan sering membeli produk-produk yang dikeluarkan oleh budaya *Korean Wave* itu sendiri. Para remaja penggemar *Korean Wave* yang tadinya menjadikan produk *Korean Wave* sebagai sarana hiburan, kini menjadikan para

penggemar mulai tergugah oleh produk-produk yang ditawarkan oleh *Korean Wave* itu sendiri, selain mengikuti aktivitas atau berita terbaru tentang idolanya, mereka tidak ragu untuk membeli barang-barang yang berkaitan dengan idolanya seperti *album music* (fisik), baju (*fashion*), *photocard*, tiket konser, *skincare*, *makeup*, dan *merchandise* lainnya apapun yang berkaitan tentang idolanya atau tentang ke Korea-an (Robiaturrahmah, 2023:20).

Para penggemar sendiri cenderung membeli seluruh sesuatu yang berhubungan dengan idolanya tersebut, membeli barang mulai dari harga yang murah hingga yang paling sangat mahal. Sehingga dalam berperilaku konsumtif ini para penggemar K-Pop atau budaya *Korean Wave* cenderung tidak memperdulikan manfaat barang tersebut baginya ten tang ini serta dikatakan Astuti (Patricia & Handayani, 2014:11) jika perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu guna membeli maupun mengonsumsi barang yang sesungguhnya kurang dibutuhkan secara melampaui batas dan juga tidak didasari atas pertimbangan rasional. Berperilaku konsumtif dalam penggemar budaya *Korean Wave* terutama para penggemar K- Pop ini serta berdampak imbas yang negatif untuk para remaja generasi muda zaman sekarang. Perilaku konsumtif bakal memunculkan akibat yang negative di antara lain yakni terdapatnya kecemburuan sosial, mengurangi peluang untuk menabung dan hemat, serta tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang (Lestarina et al., 2017:5).

Marak dan merambatnya budaya asing (*Korean Wave*) masuk dengan mudahnya di Indonesia, maka dari fenomena itu perlu disadari bahwa globalisasi budaya asing seperti budaya *Korean Wave* dapat merubah kebiasaan-kebiasaan yang semula tidak adanya perilaku konsumtif, menjadi perilaku yang baru dalam kehidupan masyarakat dan pada para kalangan remaja. Maka dari itu, dari uraian di atas yang sudah peneliti sudah jabarkan, peneliti tertarik untuk meneliti tentang **“Pengaruh Budaya *Korean Wave* Terhadap Rasa Nasionalisme dan Perubahan Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas XI MA Negeri 1 Ngawi”**

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan di atas, maka dilakukannya pembatasan masalah yang akan diteliti agar dapat menghindari adanya pokok pelebaran masalah penelitian. Agar penelitian ini lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian yang akan diteliti tercapai. Berikut beberapa Batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut dibawah ini:

1. Peneliti hanya meneliti masalah yang berlingkup hanya meliputi tentang budaya *Korean Wave*, rasa nasionalisme, dan juga perilaku konsumtif.
2. Informasi penelitian yang akan disajikan yaitu: pengaruh budaya *Korean Wave* terhadap rasa nasionalisme dan perilaku konsumtif pada siswa kelas XI MA Negeri 1 Ngawi.

C. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang sudah diuraikan peneliti di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini sebagai berikut dibawah ini:

1. Adakah pengaruh budaya *Korean Wave* terhadap rasa nasionalisme pada siswa kelas XI MA Negeri 1 Ngawi?
2. Adakah pengaruh budaya *Korean Wave* terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas XI MA Negeri 1 Ngawi?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk melakukan analisis terhadap pengaruh budaya *Korean Wave* terhadap rasa nasionalisme dan perilaku konsumtif pada siswa kelas XI MA Negeri 1 Ngawi.

E. Kegunaan Penelitian

Manfaat penelitian ini mengacu pada kerangka umum dari sebuah penelitian, maka kegunaan penelitian ini diharapkan dapat mencapai tujuan pemanfaatan penelitian, yaitu pemanfaatan secara teoritis dan praktis.

1. Manfaat Teoritis

- a. Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah sebagai pengaruh fenomena *Korean Wave* dalam dunia masyarakat sosial dalam aspek berbudaya, berbahasa, pendidikan, psikologi, serta pengaruh terhadap keberlangsungan hidup seseorang. Guna bahan referensi dalam melaksanakan studi mengenai pengaruh budaya *Korean Wave* dan gaya hidup seseorang dalam penelitian literatur mendatang.

- b. Penelitian ini juga dapat menambah wawasan tentang pentingnya apa itu rasa nasionalisme terhadap negara Indonesia, dan juga dapat menambah pengetahuan lebih tentang Pendidikan kewarganegaraan melalui penelitian ini. Lalu, dapat juga menambah pengetahuan tentang perubahan perilaku pada remaja generasi sekarang sebab ada masuknya budaya asing.

2. Manfaat Praktis

- a. Manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai pemahaman agar kita dapat menghadapi dan mengerti fenomena meluasnya dan melebarnya kultur budaya *Korean Wave* (hallyu)
- b. Penelitian ini diharapkan untuk para remaja generasi sekarang dan generasi selanjutnya untuk menambah wawasan apa dampak dari masuknya budaya asing, terlebih lagi budaya *Korean Wave* (hallyu) ini yang sedang menjadi bahan hangat perbincangan di kalangan publik.

F. Definisi Operasional Variabel

1. Budaya *Korean Wave*

Korean Wave adalah sebuah istilah yang merujuk pada tersebarnya budaya pop Korea secara global di berbagai negara di seluruh dunia dimulai dari tahun 1990-an. Gelombang Korea meliputi kesadaran global akan berbagai aspek kebudayaan Korea Selatan termasuk film dan televisi (khususnya drama), musik pop, komik, bahasa, dan masakan Korea. Beberapa komentator juga

mempertimbangkan kebudayaan tradisional Korea secara keseluruhan menjadi bagian dari Gelombang Korea. Gelombang Korea mengacu pada popularitas global ekonomi budaya Korea Selatan yang mengeksport budaya pop, hiburan, musik, serial televisi, dan film.

2. Rasa nasionalisme

Nasionalisme ialah kesadaran diri yang melonjak serta yang diwujudkan oleh kecintaan yang melimpah pada negara atau bangsa sendiri serta kadang-kadang disertai akibat mengecilnya makna dan sifat bangsa-bangsa lain. (Hardjosatoto dkk, 1985: 42). Tujuan nasionalisme yakni menjamin keinginan dan kekuatan mempertahankan masyarakat nasional melawan musuh dari luar sehingga melahirkan semangat rela berkorban serta menghilangkan ekstemisme (tuntutan yang melampaui batas) dari masyarakat negeri (individu serta kelompok). Nasionalisme memegang peranan berguna bagi bangsa serta negara sebab nasionalisme ialah perwujudan rasa cinta masyarakat terhadap tanah air serta nasionalisme yang dilandasi Pancasila menuntun masyarakat untuk memiliki sikap menjunjung tinggi nilai kemanusiaan serta tenggang rasa. Membangun sikap nasionalisme peserta didik dapat dilakukan dalam berbagai cara dan kegiatan.

3. Perilaku Konsumtif

Suyasa dan Fransisca (2005:172) mendefenisikan perilaku konsumtif sebagai tindakan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan, yang dilakukan secara

berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya. Kata konsumtif mempunyai arti boros, yang mengkonsumsi barang dan jasa secara berlebihan (Gumulya & Widiastuti, 2013). Grinder (dalam Rosyid, Lina dan Rosyid, 1997) memberikan pengertian bahwa pola hidup manusia dikendalikan dan didorong oleh suatu keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan saja disebut sebagai perilaku konsumtif. Sedangkan menurut Lubis (dalam Rosyid, Lina dan Rosyid, 1997) mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional melainkan karena adanya keinginan yang sudah tidak rasional lagi. Berdasarkan pendapat beberapa ahli yang telah dikemukakan sebelumnya maka yang dimaksud dengan perilaku konsumtif dalam penelitian ini sesuai dengan pendapat Suyasa dan Fransisca (dalam Rosyid, Lina dan Rosyid, 1997) yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan, yang dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya.