

## BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN

### A. Kajian Pustaka

#### 1. Budaya *Korean Wave*

##### a. Pengertian Budaya *Korean Wave*

*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.

Menurut Widarti *Korean Wave* merupakan sebuah penamaan dari kebudayaan Korea yang berkembang pada beberapa dekade terakhir ini. *Hallyu* mulai di-gemari oleh penduduk Asia mulai sekitaran tahun 1990-an terutama di China, Jepang dan beberapa kawasan Asia Tenggara. Berawal dari industri hiburan yakni K-Pop dan K-Drama yang mengawali era kebudayaan Korea di kancah internasional. Suksesi Korea dalam industri hiburan turut mengikutsertakan nilai, pola hidup, kehidupan sosial, sistem dan tradisi serta kepercayaan yang dianut oleh orang-orang Korea mulai dinikmati oleh masyarakat global (Program et al., 2016:15).

Sedangkan menurut Restha, *Korean Wave* adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan penyebaran budaya populer

kontemporer, seperti musik populer (K-Pop), serial drama (K-Drama), film, video game, animasi, dan kuliner (K-Food), dari industri hiburan Korea Selatan ke seluruh dunia (Restha & Hidayat, 2024)

#### **b. Perkembangan budaya *Korean Wave* di Indonesia**

Perkembangan *Korean Wave* bermula dari 1.0 sampai dengan 4.0 sebagaimana yang sudah dikemukakan oleh Kim Bok Rae. *Korean Wave* dimulai dengan menyebarnya drama Korea pada akhir 1990-an. Namun dengan sangat pesat *Korean Wave* berkembang ketahap *Korean Wave* 2.0 (*K-Pop/Korean Pop*), *Korean Wave* 3.0 (*K-Culture*/budaya Korea), dan *Korean Wave* 4.0 (*K-style/fashion*) (Bok, 2015:157-158)

Perkembangan *Korean Wave* 2.0 dengan merujuknya dan menyebarnya Korean Pop atau K-Pop, termasuk alfabet Korea (hangul), masakan Korea (hansik), dan pakaian tradisional Korea (hanbok), di luar Asia memunculkan neologisme *Korean Wave* 2.0, yang kadang-kadang dikenal sebagai neo-hallyu. Ketika Girls' Generation memulai debutnya, media Jepang menciptakan istilah "*Korean Wave* 2.0" untuk pertama kalinya dalam liputan ekstensif mereka. Single digital pertama mereka yang berbasis di Tokyo. Pentingnya *Korean Wave* 2.0 adalah untuk mencapai "genre kill" dengan pawai global bintang-bintang K-pop di Timur Tengah, Eropa, Amerika Utara/Selatan, dan Afrika, serta untuk

memperluas cakupan *Korean Wave* di luar budaya K-pop kontemporer ke dalam budaya tradisional seperti *hangeul*, *hansik*, dan *hanok* (rumah bergaya Korea Selatan). Minat super-nasional terhadap budaya Korea telah berkembang pada tingkat yang tidak terduga, terlepas dari keraguan awal yang diungkapkan oleh para ahli akademis dan industri tentang penyebaran budaya *Korean Wave* ke Eropa dan Amerika Utara, wilayah-wilayah di mana budaya Barat masih dominan. Kekuatan pendorong yang sebenarnya untuk *hallyu* yang sedang berlangsung ini. Keberhasilan K-pop tidak dapat dikaitkan dengan bantuan pemerintah atau lingkungan industri. Penyebab utamanya adalah karakteristik supernasional atau hibrida yang ada dalam budaya Korea dan media sosial, seperti yang ditunjukkan oleh blogger terkenal Amerika, Perez Hilton, yang menciptakan banyak kehebohan saat ia meluncurkan video musik "*Nobody*" dari Wonder Girls. Tampaknya dapat diterima untuk mengidentifikasi penciptaan "*fandom* super-nasional" dengan SNS (YouTube, Facebook, dan Twitter) sebagai momen penting yang mengarah pada globalisasi *Korean Wave* 2.0.

Dan pada akhirnya, *Korean Wave* 4.0 inilah yang menjadi puncak dari *Korean Wave* itu sendiri, dengan munculnya K-style, seperti baju, tas, dan Sepatu yang lebih modern dan lebih stylish, lalu ada makanan dan minuman yang beraneka ragam macamnya,

dan juga adanya alat-alat teknologi seperti handphone, laptop, televisi, dan juga lemari es.

**c. Efek budaya *Korean Wave* di Indonesia**

Efek merupakan adanya pengaruh yang mendatangkannya adanya akibat positif, dan juga adanya akibat negative. Dengan masuknya budaya *Korean Wave* di Indonesia yang begitu pesat mengakibatkan para remaja mengikuti budaya *Korean Wave* tersebut, mulai dari fashion, makanan, minuman, dan lain-lain. Seperti yang kita ketahui mengenai budaya baru atau budaya luar masuk ke Indonesia, kita bisa saja memiliki dua sisi yang berbeda. Tentu saja dengan masuknya budaya *Korean Wave* ini ada sisi baik dan sisi buruknya, begitu juga dengan budaya *Korean Wave*.

1. Efek positif budaya *Korean Wave*

Dengan adanya budaya *Korean Wave* yang masuk pada Indonesia, khususnya pada para remaja dapat memberikan kesan positif yang diperoleh dari budaya tersebut. Para remaja dapat mengenal dan mempelajari lebih lanjut mengenai budaya baru, dan juga dapat memotivasi para remaja untuk belajar Bahasa baru dan mengelola uang dengan baik, menyempurnakan hobi dan keterampilannya, serta *Korean Wave* ini juga dapat memberikan motivasi dan hiburan kepada para remaja, kemudian para remaja pun juga mendapatkan banyak teman dan membuat para remaja

menyempurnakan kemampuan wirausahanya, dan memotivasi untuk menabung.

## 2. Efek negative budaya *Korean Wave*

Adanya budaya *Korean Wave*, menimbulkan efek yang berbagai macam. Salah satunya yaitu munculnya perilaku konsumtif atau hedonism terhadap para remaja. Membeli barang tanpa berpikir dua kali, dan juga remaja yang fanatic terhadap kebudayaan *Korean Wave* ini membuat remaja suka menunda-nunda, dan juga boros. Tidak hanya boros uang atau pengeluaran, efek negative dari budaya *Korean Wave* ini juga mengakibatkan boros waktu. Para remaja suka menghabiskan waktu untuk hal-hal yang tidak perlu, seperti menonton film atau series Korea yang mengakibatkan lupa waktu dan menunda-nunda pekerjaan lain.

### **d. Indikator Budaya *Korean Wave***

Budaya *Korean Wave* memiliki beberapa indicator, berikut beberapa indikator dibawah ini (Wijayanti et al., 2023:238) :

#### 1. Pemahaman Tentang Budaya *Korean Wave*

Pemahaman tentang budaya *Korean Wave* ini ialah paham dengan budaya *Korean Wave*, mencari tahu apa itu budaya korean Wave, kemudian para remaja memahami apa itu budaya *Korean Wave*.

## 2. Rasa Suka Budaya *Korean Wave*

Setelah adanya pemahaman tentang budaya *Korean Wave* para remaja akan beralih ke rasa suka, suka terhadap semua yang ada pada budaya *Korean Wave*.

## 3. Rasa Suka Terhadap K-Pop, Fashion, Makanan, K-Film, dan Musik

Setelah paham dan menyukai budaya *Korean Wave*, para remaja mulai menelusuri dan mencari tentang apa isi dari *Korean Wave* itu sendiri, seperti *K-Pop*, *fashion*, makanan, musik, dan *K-Film*.

## 2. Nasionalisme

### a. Pengertian Nasionalisme

Kata nasionalisme merupakan kata yang tidak asing bagi kita semua. Mengenai arti dari nasionalisme itu sendiri, banyak tokoh-tokoh dalam mendefinisikan kata tersebut. Ada yang mengatakan nasionalisme adalah kesadaran suatu bangsa yang bertujuan untuk bersama sama mencapai, mempertahankan, dan mengabdikan identitas, integritas, kemakmuran, dan kekuatan bangsaitu. Artinya, nasionalisme itu adalah pemikiran yang menganjurkan bahkan mewajibkan kita untuk bersikap dan perilaku mencintai dan menjaga bangsa sendiri dari bangsa asing yang berupaya untuk menjajah negeri kita.

Menurut Armawi, Nasionalisme adalah paham atau aliran yang menyatakan bahwa kesetiaan tertinggi seseorang harus dicurahkan kepada negara dan bangsanya (*nation state*), menciptakan rasa yang kuat akan ikatan yang erat dengan tanah airnya melalui para pemimpin resmi di daerahnya sepanjang sejarah dan tradisi sosial budaya yang kekuatannya berbeda-beda sesuai dengan dinamika dan perkembangan zaman (Armawi, 2019:1).

Nasionalisme adalah filosofi yang menyatakan bahwa kesetiaan terbesar setiap orang harus diarahkan pada negara-negara, rasa yang kuat akan hubungan seseorang dengan tempat kelahirannya, dan kebangsaan (Asril et al., 2023)

Nasionalisme memiliki dua pengertian yaitu. Pertama, nasionalisme dalam pengertian lama, yaitu sebuah paham kebangsaan yang merujuk pada kepada kejayaan yang terjadi pada masa lampau. Hal ini berlaku bagi negara-negara yang sudah merdeka seperti negara-negara eropa yang merasa sebagai bangsa super power yang akhirnya melahirkan rasa sombong dan menimbulkan keinginan untuk menjajah atau imperialisme. Kedua nasionalisme dalam pengertian modern, yaitu paham kebangsaan yang menolak adanya penjajahan untuk membentuk negara bersatu, demokrasi dan juga berdaulat. Hal ini berlaku bagi negara-negara yang sudah pernah mengalami penjajahan. Nasionalisme dalam hal ini merupakan reaksi terhadap imperialisme. Artinya nasionalisme

dari setiap negara berbeda tergantung dari latar belakang negara tersebut.

#### **b. Pentingnya Rasa Nasionalisme**

Nasionalisme sangatlah penting bagi setiap warga negara Indonesia. Tanpa adanya rasa nasionalisme, Indonesia bukanlah bangsa yang besar, tanpa rasa dan kecintaannya pada bangsa Indonesia. Nasionalisme dapat diartikan sebagai kebanggaan dan rasa cinta tanah air. Nasionalisme juga dapat diartikan sebagai suatu konsep yang menyangkut jati diri suatu negara. Berdasarkan sejarah bangsa Indonesia, lahirnya organisasi Budi Utomo di Indonesia pada tanggal 10 Mei 1908 dan dilanjutkan dengan peristiwa Sumpah Pemuda pada tanggal 18 Oktober 1918 sebagai awal mula munculnya nasionalisme di Indonesia. Pasca kemerdekaan bangsa Indonesia pada tanggal 17 Agustus 1945, tantangan yang dihadapi bangsa Indonesia tidak hilang begitu saja. Bangsa Indonesia masih memiliki banyak tantangan. Indonesia adalah negara yang majemuk. Indonesia terdiri dari banyak suku, ras dan agama yang berbeda. Di balik kebhinekaan Indonesia terdapat bahaya konflik yang mungkin timbul jika kebhinekaan yang diperoleh tidak dikelola dengan baik, sehingga semangat nasionalisme sangat diperlukan bagi setiap warga negara Indonesia. Selain itu, ada sikap individualisme yang kuat di kalangan orang Indonesia, terutama generasi milenial, yang

menyebabkan mereka tidak peduli dengan orang lain. Jika ini dibiarkan, itu akan menyebabkan krisis moral bagi generasi muda dan berpotensi memicu perilaku anarkis di antara warga negara. Pendidikan kewarganegaraan harus diterapkan di perguruan tinggi untuk menumbuhkan rasa cinta dan nasionalisme kepada generasi penerus bangsa. Untuk menumbuhkan nasionalisme dan moralitas generasi muda, hal pertama yang harus dilakukan adalah membangun mentalitas generasi muda yang mencintai negaranya dan bersedia berkorban demi negaranya (Taranau, 2023).

### **c. Indikator Nasionalisme**

Selain adanya faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif, juga ada indikator perilaku konsumtif (Basuni, 2021:72). Berikut indikator perilaku dibawah ini:

#### **1. Cinta Tanah Air Bangsa**

Cinta tanah air bangsa merupakan cinta pada bangsa Indonesia. Dengan kata lain menghargai dan menghormati apa yang ada pada Indonesia, seperti cinta pada budaya, adat istiadat, dan keaneka ragaman yang lain yang ada pada Indonesia.

#### **2. Bangga Pada Bangsa Indonesia**

Bangga pada bangsa Indonesia berarti bangga pada apa yang ada pada Indonesia, dengan kata lain bangga menjadi warga

negara Indonesia, bangga dengan kebudayaan Indonesia, dan juga bangga pada produk-produk yang dihasilkan oleh para remaja Indonesia.

### 3. Bangga Pada Budaya Indonesia

Bangga pada budaya Indonesia berarti bangga pada kebudayaan yang ada pada Indonesia. Kebudayaan yang ada pada Indonesia ini banyak sekali keaneka ragamannya, seperti banyaknya bahas daerah, lagu daerah, rumah adat daerah, baju adat daerah, dan juga berbagai pulau yang ada pada Indonesia.

### 3. Perilaku konsumtif

#### a. Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif yaitu tindakan membeli dan menggunakan barang dan jasa secara berlebihan tanpa memikirkannya secara serius, semata-mata untuk memuaskan keinginan pribadi dan bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan yang digunakan untuk mendukung gaya hidup yang memungkinkan seseorang tampil mewah. Konsumtif seringkali diartikan dengan konsumerisme karena memang arti dari keduanya yang tidak terlalu berbeda, bahkan cenderung mirip (Mujahidah, 2020).

Pada dasarnya, perilaku konsumtif adalah perilaku individu atau kelompok yang berhubungan dengan perolehan, penggunaan,

dan pembuangan barang dan jasa dengan maksud untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan (Samsiyah, 2023:1)

Perilaku konsumtif diartikan sebagai kecenderungan mengkonsumsi barang secara berlebihan tanpa berbagai pertimbangan, dimana masyarakat hanya melihat dari sisi kesenangan dan mementingkan prioritas dari pada kebutuhan. Istilah konsumtif biasanya pada masalah yang berkaitan perilaku konsumen dalam kehidupan manusia.

Perilaku konsumtif merupakan suatu perilaku membeli dan menggunakan barang yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional dan memiliki kecenderungan untuk mengkonsumsi sesuatu tanpa batas dan individu lebih mementingkan keinginan dan ditandai oleh kehidupan yang mewah dan berlebihan. Seorang individu harus membuat keputusan untuk membeli sesuatu namun tidak mengetahui konsekuensi pilihan tindakannya pada satu hal atas hal yang lain (Ii & Konsumtif, 2016:).

#### **b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif**

Dengan adanya perilaku konsumtif, pasti ada faktor yang ada atau dapat memengaruhi perilaku konsumtif itu sendiri. Berikut faktor-faktor yang dapat memengaruhi sebagai berikut dibawah ini:

### 1. Faktor Internal

Adanya perilaku konsumtif ini dengan ditandai adanya faktor, salah satunya yaitu faktor internal. Faktor internal ini muncul ketika membeli barang sesuai dengan penilaian sendiri. Dan dengan adanya faktor keinginan unruk membeli agar tidak ketinggalan zaman (Mujahidah, 2020:3)

### 2. Faktor Eksternal

Selain faktor internal, faktor eksternal juga dapat muncul dengan adanya faktor dari lingkungan, teman, sekelompok fandom seperti K-Popers. Dengan mengikuti kelompok-kelompok tersebut membuat para remaja selalu ingin membeli barang atau produk yang ditawarkan (Lutfiah et al., 2022:3).

### 3. Faktor Gaya Hidup

Dengan adanya faktor internal dan faktor eksternal diatas, ada juga faktor gaya hidup. Faktor gaya hidup ini dipengaruhi adanya perkembangan zaman yang selalu mengeluarkan produk-produk yang menggiurkan. Sehingga membuat para remaja tidak mau kalah untuk membeli barang tersebut (Wulandari et al., 2022).

### c. Indikator Perilaku Konsumtif

Selain adanya faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif, juga ada indikator perilaku konsumtif (Paujiah & Ariani, 2023:156). Berikut indikator perilaku dibawah ini:

#### 1. Pemborosan atau Belanja Berlebihan

Salah satu indikator dari perilaku konsumtif ini ialah pemborosan atau belanja berlebihan, pemborosan ini sering dilakukan oleh para remaja karena suka atau sering membeli barang atau produk-produk yang tidak sesuai dengan kebutuhan. Biasanya para remaja ini tidak mau kalah atau tidak mau ketinggalan sesuatu seperti baju, tas, sepatu yang memiliki merk terkenal. Ini juga biasanya disebut dengan FOMO (*Fear Of Missing Out*) ketakutan untuk ketinggalan sesuatu yang sedang *trend* atau sedang *viral*.

#### 2. Gaya Hidup yang Tinggi

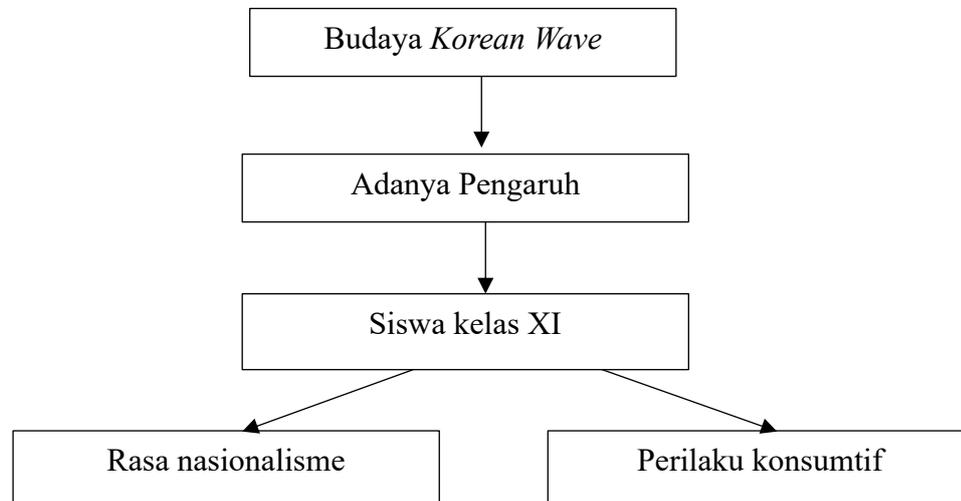
Gaya hidup adalah cara hidup yang tercermin dalam hobi, aktivitas, dan sudut pandang seseorang. tindakan, hasrat, dan sudut pandang. "Keseluruhan" digambarkan oleh gaya hidup "diri," yang berkomunikasi dengan lingkungannya. Pemasar mencari hubungan antara barang dan kebiasaan kolektif. Dengan berarti gaya hidup yang tinggi adalah indikator yang dapat memengaruhi perilaku konsumtif seseorang dengan membeli barang atau produk mewah (Amri, 2018:16).

### 3. Untuk Mencari Kesenangan Pribadi

Selain indikator pemborosan dan gaya hidup tinggi, juga ada indikator untuk mencari kesenangan pribadi. Indikator ini biasanya para remaja ini membeli barang yang terlihat menarik atau *eye catching*.

## **B. Kerangka Berpikir**

Kerangka berpikir dalam penelitian ini dapat dijelaskan dengan menggunakan penjabaran teori bahwa budaya *Korean Wave* dapat mempengaruhi rasa nasionalisme dan juga dapat menumbuhkan perilaku konsumtif pada remaja saat ini. Kerangka berpikir harus mampu merinci dan memperjelas dari variable-variabel tersebut. Budaya *Korean Wave* memberikan berbagai pengaruh, salah satunya yaitu pengaruh terhadap rasa nasionalisme dan juga perilaku konsumtif. Rasa nasionalisme dan perilaku konsumtif. Pada intinya semakin meluas budaya *Korean Wave* semakin pula rendah rasa nasionalisme, dan tingginya rasa perilaku konsumtif, dengan demikian terdapat pengaruh yang signifikan budaya *Korean Wave* terhadap rasa nasionalisme dan perilaku konsumtif.

**Gambar 2.1** kerangka berpikir

### C. Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:99) hipotesis merupakan hasil atau jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, yang mana rumusan masalah penelitian ini telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan.

Berdasarkan hal tersebut hipotesis penelitian ini terdapat hubungan sehingga hipotesis hipotesis yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

$H^0$ : Budaya *Korean Wave* terdapat pengaruh terhadap rasa nasionalisme

$H^1$ : Budaya *Korean Wave* terdapat pengaruh terhadap perilaku konsumtif