

**ANALISIS MEDIUM PENYEBARAN *KOREAN WAVE*
(*HALLYU*) DALAM MEMBENTUK GAYA HIDUP MILENIAL
PENGGEMAR BUDAYA POPULER KOREA SELATAN
(STUDI TERHADAP MAHASISWA UNIVERSITAS
INDONESIA)**

TUGAS AKHIR



ANDYTO PUTRA PRATAMA

1171903022

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**


UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2018

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Andyto Putra Pratama
NIM : 1171903022
Tanda Tangan : 
Tanggal : 15 Agustus 2019

HALAMAN PENGESAHAN

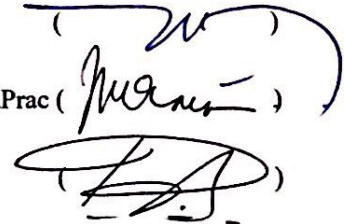
Tugas akhir ini diajukan oleh:

Nama : Andyto Putra Pratama
NIM : 1171903022
Program Studi : Marketing Communication
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Medium Penyebaran Korean Wave (Hallyu)
Dalam Membentuk Gaya Hidup Milenial Penggemar
Budaya Populer Korea Selatan

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komuniasi pada program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dra. Suharyanti, M.S.M
Penguji 1 : Mirana Hanathasia, S.Sos., M.MediaPrac
Penguji 2 : Dianingtyas Putri, S.Sos., M.Si



Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal : 15 Agustus 2019

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah – Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan tepat waktu. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Dalam penyusunan Tugas Akhir ini penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada:

1. Drs. Abdul Ghoni Purwanto Edi dan Retno Dyah Kusumawati, SE.Akt selaku orang tua penulis, yang selalu memberikan doa dan dukungan kepada penulis dari awal perkuliahan hingga selesainya Tugas Akhir. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Adyawan Putra Raharja dan Abelarania Putri Purdynta selaku adik kandung penulis yang selalu memberikan motivasi kepada penulis.
2. Dra. Suharyanti, M.S.M selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dan dosen pembimbing atas ilmu, kritik, saran dan masukan yang diberikan selama proses pengerjaan Tugas Akhir ini.
3. Mirana Hanathasia, S.Sos., M.MediaPrac selaku dosen pembahas pada seminar proposal yang telah memberikan masukan atas segala kesalahan selama penyusunan Tugas Akhir.
4. Mirana Hanathasia, S.Sos., M.MediaPrac dan Dianingtyas Putri, S.Sos., M.Si selaku penguji I dan penguji II yang telah memberikan banyak saran sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.
5. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah mengajarkan mengenai pembelajaran dan pengalaman kepada penulis.
6. Seluruh Staff dan Karyawan Universitas Bakrie.
7. Aprilia Kusumaswari yang selalu menemani penulis, memberikan ide, masukan, perhatian, semangat dan motivasi dalam setiap proses pengerjaan Tugas Akhir ini.

8. Andaris Dikarina, Fachri Renaldi (Ai), Faris Ramadhan, Icha Prakoso, Muhammad Farhan (Awang), Rayyan (Oi), Stella Gita selaku teman seperjuangan penulis dalam usaha meraih gelar sarjana di Universitas Bakrie. Terima kasih atas dukungan, kerjasama, dan kasih sayang yang diberikan kepada penulis.
9. Bella Septiana, Chaerunisa Utami, Devina Tri Wulandari, Indriawati dan Mika Krismania selaku orang terdekat penulis yang senantiasa memberikan waktu, dukungan serta kasih sayang yang sangat luar biasa, dan selalu mengingatkan kepada penulis terhadap mimpi serta cita-cita yang ingin dicapai.
10. Seluruh teman – teman Marketing Komunikasi Kelas Karyawan Batch 8 atas kebersamaan, perjuangan dan pengalaman yang telah diberikan selama berkuliah di Universitas Bakrie.
11. Pihak-pihak lain yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung selama proses pembuatan Tugas Akhir ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan yang di sengaja maupun tidak disengaja. Untuk itu penulis mohon maaf atas segala kekurangan. Semoga karya ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan pembaca.

Jakarta, 21 Agustus 2019



Andyto Putra Pratama

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Andyto Putra Pratama
NIM : 1171903022
Program Studi : Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skirpsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

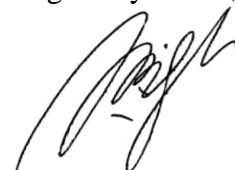
“Analisis Medium Penyebaran *Korean Wave (Hallyu)* Dalam Membentuk Gaya Hidup Milenial Penggemar Budaya Populer Korea Selatan”

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkal data (*database*), merawat, dan mempublikasi Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Dibuat di : Jakarta

Tanggal : 15 Agustus 2019

Yang Menyatakan,



Andyto Putra Pratama

**ANALISIS MEDIUM PENYEBARAN *KOREAN WAVE (HALLYU)* DALAM
MEMBENTUK GAYA HIDUP GENERASI MILENIAL PENGGEMAR
BUDAYA POPULER KOREA SELATAN (STUDI TERHADAP
MAHASISWA UNIVERSITAS INDONESIA)**

ABSTRAK

Penelitian ini di latar belakang oleh semakin populernya budaya Korea Selatan atau biasa disebut *Korean Wave (Hallyu)* di Indonesia, khususnya di kota besar seperti Jakarta dan sekitarnya. Popularitas budaya populer Korea Selatan dapat berkembang dan menyebar dengan cepat karena melakukan penetrasi dan memasukkan segala aspek budayanya di berbagai sektor seperti pada musik (K-Pop) dan film atau drama (K-Drama), selain itu tidak kalah juga popularitas Korea Selatan dalam aspek kuliner (K-Food) dan *fashion (makeup & skincare)*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja medium yang digunakan untuk penyebaran budaya populer Korea Selatan dan medium apa yang paling dominan dalam membentuk gaya hidup generasi milenial, khususnya yang masih berstatus mahasiswa yang sudah menjadi penggemar budaya populer Korea Selatan. Kerangka penelitian ini menggunakan dimensi AIO (*activity, interest, opinion*) untuk menganalisa gaya hidup milenial penggemar budaya populer Korea Selatan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif etnografi yang didapatkan melalui studi pustaka, observasi dan wawancara mendalam terhadap 4 informan yang memiliki latar belakang sebagai mahasiswa Universitas Indonesia yang menjadi penggemar budaya populer Korea Selatan. Hasil penelitian ini diprediksi akan menjawab permasalahan dari dimensi yang diteliti yaitu apa saja medium penyebaran *Korean Wave* dalam membentuk gaya hidup generasi milenial penggemar budaya populer Korea Selatan.

Kata kunci: Budaya populer Korea Selatan, Hallyu, gaya hidup, milenial.

**ANALYSIS OF THE KOREAN WAVE (HALLYU) DISTRIBUTION
MEDIUM IN FORMING THE LIFESTYLE OF MILLENNIALS
GENERATION FANS OF THE SOUTH KOREA POPULAR CULTURE
(STUDY OF UNIVERSITAS INDONESIA STUDENTS)**

ABSTRAK

This research is motivated by the growing popularity of South Korean culture or commonly called Korean Wave (Hallyu) in Indonesia, especially in big cities like Jakarta and its surroundings. The popularity of South Korean popular culture can develop and spread quickly because it penetrates and incorporates all aspects of its culture in various sectors such as music (K-Pop) and film or drama (K-Drama), besides that South Korea's popularity is also not less culinary (K-Food) and fashion (makeup & skincare). This study aims to determine what mediums are used to spread South Korean popular culture and what mediums are most dominant in shaping the millennial lifestyle, especially those who are still students who have become fans of South Korean popular culture. This research framework uses the dimensions of AIO (activity, interest, opinion) to analyze the millennial lifestyle of fans of South Korean popular culture. The research method used is a qualitative ethnographic research method obtained through literature studies, observations and in-depth interviews with 4 informants who have backgrounds as University of Indonesia students who are fans of South Korean popular culture. The results of this study are predicted to answer the problem of the dimensions studied, namely what are the mediums of spreading Korean Wave in shaping the lifestyle of millennial generation fans of South Korean popular culture.

Keywords: South Korean popular culture, Hallyu, lifestyle, millennials.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	10
2.1 Tinjauan Pustaka Terhadap Penelitian Sebelumnya	11
2.2 Kerangka Teoritis	17
2.2.1 Komunikasi Pemasaran (<i>Marketing Communication</i>)....	17
2.2.2 Perilaku Konsumen dan Gaya Hidup (<i>Lifestyle</i>).....	18
2.2.3 Budaya Populer (<i>Pop Culture</i>).....	19
2.2.4 <i>Korean Wave (Hallyu)</i>	20
2.2.4.1 Drama (K-Drama)	21
2.2.4.2 Musik (K-Pop)	22
2.2.4.3 Makanan (K-Food).....	23
2.2.4.4 <i>Korean Wave (Hallyu)</i>	24

2.2.5 <i>Millenials</i>	26
2.3 Kerangka Pemikiran.....	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Metode Penelitian.....	33
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	34
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	35
3.3.1 Sumber Data.....	35
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep	37
3.5 Teknik Analisis Data.....	39
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data	40
3.7 Keterbatasan Penelitian	41
BAB IV TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Gambaran Umum Objek Dan Subjek Penelitian	43
4.1.1 Gaya Hidup <i>Hallyu Fans</i>	43
4.1.2 Gambaran Subjek Penelitian	43
4.2 Temuan Penelitian.....	47
4.2.1 Gaya Hidup <i>Hallyu Fans</i> Generasi Milenial.....	47
4.2.2 K-Pop Dengan Gaya Hidup	48
4.2.3 K-Drama Dengan Gaya Hidup.....	61
4.2.4 K-Food Dengan Gaya Hidup	65
4.2.5 <i>Korean Makeup & Skin Care</i> Dengan Gaya Hidup.....	69
4.3 Pembahasan.....	73
4.3.1 Warna-Warni Budaya Populer Korea Selatan.....	73
4.3.2 K-Pop Sebagai Pembuka Jalan <i>Korean Wave</i>	76
4.3.3 K-Pop Membentuk Gaya Hidup.....	79
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 Simpulan	81
5.2 Saran.....	83
5.2.1 Saran Akademis	83
5.2.2 Saran Praktis.....	83
DAFTAR PUSTAKA	83

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Dimensi Gaya Hidup.....	19
Tabel 2.2 Pengelompokan Generasi.....	21
Tabel 3.1 Tabel Operasionalisasi Konsep.....	32

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Konten Media Sosial K-Pop Di Indonesia	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	26
Gambar 3.1 Analisis Model Interaktif Miles Dan Huberman.....	34
Gambar 3.2 Analisis Triangulasi.....	35
Gambar 4.1 Poster <i>Girl Group</i> Besutan SM Entertainment, f(x) Pada Album Berjudul “Electric Shock”	49
Gambar 4.2 Poster <i>Girl Group</i> Besutan JYP Entertainment, TWICE Pada Album Berjudul “Cheer Up”	50
Gambar 4.3 Lee Ji Eun (IU) Saat Membawakan Lagu Dari <i>Boy Group</i> Big Bang Berjudul “If You” Pada Gelaran ‘2015 Melody Forest Camp’	52
Gambar 4.4 Koreografi <i>Girl Group</i> IZ*ONE Saat Membawakan Lagu Berjudul “Violeta”	53
Gambar 4.5 Koreografi <i>Girl Group</i> BLACKPINK Dalam Video Musik Lagu Berjudul “Kill This Love”	53
Gambar 4.6 Gaya Fashion Dari <i>Boy Group</i> Super Junior Era Lagu Don’t Don Tahun 2008	55
Gambar 4.7 Poster Acara Friday Noraebang, <i>Pop-Up Disco</i> K-Pop Pertama Di Indonesia	58
Gambar 4.8 Drama Reply 1988	63
Gambar 4.9 Set Menu <i>Korean Bbq</i> Pada Umumnya, Disajikan Dengan Banchan	68
Gambar 4.10 Tteokbokki, <i>Street Food</i> Yang Biasa Terdapat Di Jalan-Jalan Atau Pasar Yang Ada Di Korea	69
Gambar 4.11 Bingsoo Atau Es Serut Tradisional Korea Selatan Dengan Berbagai Topping Yang Sudah Divariasikan Dengan Gaya Modern	69
Gambar 4.12 <i>Brand Makeup</i> Dan <i>Skin Care</i> COSRX	71
Gambar 4.13 Produk <i>Makeup</i> Dan <i>Skin Care</i> BT21 Yang Dikeluarkan Oleh <i>Boy Group</i> BTS.....	73

Gambar 4.12 Film Original Netflix Yang Dibintangi Oleh Penyanyi K-Pop
Lee Ji Eun (IU) Sebagai Pemeran Utama 76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Pedoman Wawancara	ix
Lampiran II Transkrip Wawancara	xii