



KOREAN WAVE SEBAGAI FENOMENA BUDAYA POPULER DI KALANGAN MAHASISWI FISIP UNIVERSITAS RIAU

Devanya Aureli, T. Romi Marnelly

Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau, Indonesia

Abstrak

Korean Wave merupakan istilah fenomena globalisasi budaya yang menjelaskan penyebaran budaya Korea dalam berbagai bidang kebudayaan, salah satu produknya adalah drama Korea. Popularitas drama Korea dapat menarik perhatian banyak kalangan, termasuk mahasiswa. Theodor Adorno dalam konsep culture industry menjelaskan bahwa industri budaya merupakan produksi budaya secara massal yang dikemas layaknya komoditas. Budaya tidak lagi lahir dari masyarakat secara alami, melainkan diproduksi dan didistribusikan demi kepentingan industri hiburan. Penelitian ini menganalisis perilaku konsumsi mahasiswa FISIP Universitas Riau dalam menonton drama Korea sebagai bagian dari fenomena Korean Wave berdasarkan teori popular culture Theodor Adorno serta alasan mereka menonton drama Korea. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Penelitian melibatkan tujuh mahasiswa FISIP Universitas Riau penonton drama Korea yang dipilih melalui teknik purposive sampling dan snowball sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa FISIP Universitas Riau menjadikan menonton drama Korea sebagai bagian dari budaya populer yang dikonsumsi rutin sebagai hiburan, pengisi waktu luang, dan pelepas stres. Daya tarik aktor, aktris, budaya Korea, serta fungsi sebagai bentuk self-reward turut mendorong konsumsi ini. Dalam perspektif industri budaya Theodor Adorno, konsumsi drama Korea menunjukkan standarisasi cerita yang disadari namun tetap diterima penonton, diperkuat oleh pseudo-individualisasi melalui perbedaan aktor, visual, dan kemasan cerita. Drama Korea juga berfungsi sebagai media komodifikasi budaya yang mendorong konsumsi produk dan gaya hidup Korea, sehingga pilihan menonton yang tampak personal sesungguhnya dibentuk oleh mekanisme sistem pasar dalam industri budaya.

Kata Kunci: Budaya Populer, Industri Budaya, Gelombang Korea, Drama Korea.

PENDAHULUAN

Penyebaran budaya Korea melalui perkembangan teknologi dan media sosial membuat masyarakat lebih gampang mengakses dan menikmati produk budaya dari Korea Selatan. Bukan hanya dalam hiburan, namun budaya yang sudah menyebar juga mempengaruhi minat orang untuk belajar bahasa Korea dan mengenal lebih dalam tentang budaya serta gaya hidup Korea. Budaya yang sudah menyebar tersebut akhirnya menjadi sangat terkenal sampai terciptalah istilah *Korean Wave* atau *Hallyu*. *Korean Wave* sebagai fenomena globalisasi budaya menjadi sebuah istilah yang dipergunakan untuk menjelaskan penyebaran budaya Korea dalam berbagai bidang kebudayaan. Produk-produk kebudayaan yang ditawarkan oleh Korea Selatan adalah berupa film, drama Korea, musik pop Korea (K-Pop), *mode fashion*, bahasa Korea, kuliner, teknologi, dan sub-kebudayaan lainnya yang memiliki unsur budaya Korea di dalamnya (Mahardika, Maryani, and Rizal 2022).

Drama Korea merupakan salah satu produk budaya Korea yang cukup banyak peminatnya. Drama Korea adalah istilah yang merujuk kepada produksi televisi yang berasal dari Korea Selatan. Drama korea populer di seluruh dunia karena kualitas produksinya yang tinggi, cerita yang menarik, dan akting yang baik (Louise and Muttaqin 2024). Episode dalam drama Korea biasanya relatif lebih sedikit dibandingkan episode drama negara lainnya, rata-rata berkisar 12-16 episode. Kualitas produksinya yang tinggi, cerita yang menarik, akting yang baik, serta episode

yang tidak terlalu banyak membuat drama Korea juga diminati oleh mahasiswi. Mahasiswi biasanya menjadikan drama Korea sebagai hiburan sekaligus *coping mechanism*. Menonton bisa menjadi cara mahasiswi untuk berhenti sejenak dari hiruk pikuk kampus dan memberi ruang kepada diri sendiri untuk beristirahat, tanpa harus mengeluarkan dana yang besar.

Korean Wave, yang berakar dari dunia hiburan seperti musik, drama, dan *variety show*, telah menjadi bagian integral dari budaya hidup masyarakat Indonesia. Pengaruhnya dapat dilihat tidak hanya dalam hiburan, tetapi juga dalam aspek lain seperti *fashion*, *make-up*, *skincare*, makanan, gaya berbicara, dan bahasa (Amelia et al. 2024). Awalnya drama Korea hanya untuk hiburan, tetapi semakin lama juga menjadi sesuatu yang dikonsumsi secara rutin dan turut memengaruhi minat penonton terhadap produk seperti makanan, *fashion*, *skincare* dan produk Korea lainnya. Hal ini bisa terjadi karena drama Korea juga memang sengaja di diciptakan berdasarkan mekanisme pasar kapitalis. Produk hiburan seperti drama Korea diproduksi untuk menjaga konsumen tetap terikat dalam siklus konsumsi.

Fenomena *Korean Wave* di kalangan remaja dan mahasiswa telah menjadi objek kajian yang cukup banyak diperhatikan. Misalnya, penelitian oleh Ramadhini (2022) yang mengangkat pola dan motif menonton drama Korea pada remaja di Jakarta Pusat dengan menggunakan teori tindakan sosial Max Weber. Hasil mengungkapkan bahwa remaja memiliki beragam alasan dalam memilih dan menyukai drama Korea, serta menunjukkan pola menonton yang

terjadwal dan *genre* yang disukai. Penelitian ini juga mencatat adanya pengaruh drama Korea terhadap konsumsi produk Korea dan perubahan perilaku setelah menonton. Sementara itu, Atira dan Hasmira (2022) mengkaji persepsi mahasiswa Universitas Negeri Padang terhadap budaya masyarakat Korea setelah menonton drama Korea. Dengan menggunakan teori fenomenologi Alfred Schutz dan teori kultivasi George Gerbner, penelitian ini menemukan bahwa mahasiswa membentuk persepsi terhadap bahasa, makanan, kebiasaan, serta gaya hidup masyarakat Korea berdasarkan apa yang mereka tonton.

Produksi drama Korea berada dalam sistem industri budaya yang berorientasi pada pasar. Era industri memungkinkan produksi massal karya seni dan budaya, dan teknologi. Mempercepat produksi budaya dan seni yang terstandarisasi (Mahadewi et al. 2024). Produk budaya populer dalam perspektif Theodor Adorno, diproduksi sesuai standar yang ditentukan dan diarahkan untuk menciptakan pola konsumsi yang diharapkan. Kondisi ini memunculkan pertanyaan mengenai bagaimana perilaku konsumsi mahasiswa dalam menonton drama serta apa alasan yang melatarbelakangi aktivitas menonton tersebut. Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku konsumsi mahasiswi FISIP Universitas Riau dalam menonton drama Korea sebagai bagian dari fenomena *Korean Wave*, serta mengidentifikasi alasan yang melatarbelakangi aktivitas menonton drama Korea tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Menurut (Creswell 2016) penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk

mengeksplorasi dan memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh sejumlah individu atau sekelompok orang mencakup langkah-langkah penting, seperti mengajukan pertanyaan, mengumpulkan data dari partisipan, menganalisis data secara induktif dari tema khusus ke umum, dan menafsirkan makna data. Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk mendeskripsikan secara sistematis dan akurat terhadap sifat serta hubungan fenomena yang diteliti (Nazir, 2014) dalam (Prameswari, Hariyadi, and Muslihudin 2023). Dalam menentukan subjek penelitian, peneliti menggunakan teknik purposive sampling dengan mempertimbangkan kriteria informan yang meliputi: (1) mahasiswi (perempuan) aktif FISIP Universitas Riau; (2) sudah mulai menonton drama Korea minimal 4 tahun; (3) menonton drama Korea minimal 2 judul dalam sebulan. Setelah menetapkan kriteria subjek, peneliti menggunakan teknik snowball sampling. Teknik ini diawali dengan jumlah Informan yang terbatas, kemudian berkembang seiring kebutuhan data penelitian. Pemilihan teknik ini dilakukan karena informasi dari informan awal belum sepenuhnya mencukupi, sehingga diperlukan informan tambahan untuk melengkapi data (Sugiyono 2018). Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan model analisis Miles dan Huberman yang terdiri dari tahap pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Haryoko, Bahartiar, and Arwadi 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Perilaku Menonton dan Konsumsi Produk Budaya Korea

a. Intensitas Menonton Drama Korea

Berdasarkan hasil wawancara, seluruh informan secara rutin menonton

drama Korea. Mayoritas informan mengaku menonton drama Korea setiap hari, terutama pada malam hari setelah selesai melakukan aktivitas akademik maupun sosial. Intensitas menonton drama Korea rata-rata informan dalam satu bulan cukup tinggi. Mayoritas informan menonton 2-6 judul drama Korea per bulan, bahkan ada yang menonton lebih dari itu dengan menambahkan film Korea dalam jumlah cukup banyak. Intensitas dapat meningkat saat waktu luang atau pada saat libur, dan cenderung menurun ketika aktivitas akademik sedang padat.

Temuan ini menunjukkan bahwa drama Korea dikonsumsi bukan hanya untuk hiburan sesaat, melainkan dilakukan secara berkelanjutan, meskipun dengan tingkat intensitas yang berbeda pada tiap individu. Kemudian temuan ini juga menunjukkan bahwa kebiasaan menonton terbentuk bukan hanya didasarkan pilihan pribadi, namun karena sistem produksi industri yang menyediakan produk budaya secara terus-menerus dan mudah diakses.

b. Media dan Platform Akses Drama Korea

Mayoritas Informan menyatakan bahwa awal mereka menonton drama Korea adalah melalui tayangan televisi dan melalui CD. Kemudian seiring perkembangan teknologi sudah beralih menonton melalui aplikasi streaming seperti Netflix, Viu, iQIYI dan situs/aplikasi alternatif seperti drakor.id, Web Drakor ID, LokLok, Telegram dan MovieBox. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran dari media fisik ke *streaming* digital.

c. Pola Menonton Drama Korea

Hasil penelitian dari tujuh informan menunjukkan lima informan lebih sering menonton drama secara *on-going* karena rasa penasaran dan menghindari *spoiler* di media sosial. Sementara dua informan memilih menonton secara maraton setelah semua episode selesai agar lebih fokus dan tidak lupa alur cerita dari episode sebelumnya.

Temuan ini menunjukkan bahwa menonton secara *on-going* berarti mengharuskan mereka berlangganan pada salah satu platform agar bisa terus mengikuti episode terbaru dari drama yang sedang mereka tonton. Inilah yang dimaksud dengan sistem pasar, dimana terjadi konsumsi yang berulang dan menghasilkan profit. Seni yang seharusnya menjadi alat untuk perubahan sosial, sering kali terperangkap dalam sistem pasar yang menganggap nilai komersial lebih penting daripada nilai estetis dan sosial (Wiratno and Sudibyo 2025).

d. Menonton Sebagai Rutinitas

Sebagian besar informan telah menjadikan menonton drama Korea sebagai bagian dari rutinitas harian. Bahkan ada yang menargetkan durasi minimal episode per hari. Namun, beberapa lainnya masih memosisikannya sebagai hiburan saat waktu luang, belum sepenuhnya menjadi kebiasaan sehari-hari.

Walaupun kebiasaan menontonnya berbeda-beda, hasil penelitian ini tetap menunjukkan bahwa drama Korea memiliki daya tarik yang kuat bagi mahasiswi. Baik mereka yang menonton hampir setiap hari maupun yang hanya menonton sesekali, drama Korea dipandang sebagai hiburan yang mudah diakses dan mampu memberikan rasa nyaman serta ketenangan. Hal ini

menunjukkan bahwa drama Korea memiliki peran penting sebagai sarana hiburan yang hadir dalam keseharian mahasiswi.

e. Pengelolaan Waktu Menonton

Penelitian menunjukkan sebagian besar informan memprioritaskan kegiatan akademik terlebih dahulu, kemudian menonton sebagai hiburan atau reward setelah tugas selesai. Aktivitas menonton umumnya dilakukan pada malam hari, akhir pekan, atau saat waktu luang sehingga tidak dianggap mengganggu aktivitas akademik maupun sosial.

Berdasarkan hal tersebut, penulis melihat bahwa pengelolaan waktu menonton pada mahasiswi FISIP sudah berjalan dengan cukup baik. Drama Korea mereka posisikan sebagai hiburan setelah kewajiban terpenuhi, bukan sebagai kegiatan yang menggeser prioritas utama. Walaupun jumlah episode atau judul yang ditonton bisa berbeda pada tiap orang, prinsip yang mereka pegang relatif sama, yaitu mendahulukan tanggung jawab akademik.

f. Bentuk Konsumsi Produk

Mayoritas informan mengaku membeli produk yang berkaitan dengan drama Korea, terutama *skincare* dan *make-up*. Selain itu, makanan Korea seperti *ramyeon* dan *tteokbokki* juga cukup sering dikonsumsi, kemudian aksesoris serta merchandise K-Pop. Ketertarikan biasanya muncul dari tampilan produk dalam drama, iklan, maupun promosi oleh aktor sebagai *brand ambassador*.

Keterlibatan mahasiswi terhadap budaya Korea sebenarnya tidak berhenti pada aktivitas menonton drama saja. Drama memang menjadi fase awal, tetapi

setelah itu ketertarikannya berkembang ke hal lain. Mereka mulai membeli produk Korea seperti makanan, produk kecantikan, *fashion* bahkan ada juga yang mengikuti K-Pop. Jadi, selain menikmati tontonan ada bentuk keterlibatan yang lebih jauh, yaitu praktik konsumsi sehari-hari.

2. Alasan Menonton Drama Korea

a. Mengisi Waktu Luang dan Sarana Hiburan

Seluruh informan menyatakan menonton dilakukan untuk mengisi waktu luang, mengurangi bosan, atau sebagai hiburan/*refreshing* dari aktivitas kuliah. Kemudian ada yang menyebutkan agar menambah *list drakor*, memaknai sebagai cara membuat hari lebih hidup, dan sebagai *quality time*. Menonton tidak lagi sekadar aktivitas pengusir bosan. Bagi sebagian informan, drama Korea menjadi semacam pelarian sementara dari tanggung jawab akademik. Pengalaman emosional yang muncul saat menonton membantu mereka merasa lebih seimbang, sehingga setelahnya mereka bisa kembali menjalani aktivitas kuliah dengan kondisi yang lebih stabil.

b. Alur Cerita yang Menarik

Tiga dari tujuh informan menilai alur cerita menjadi faktor yang membuat penonton terus mengikuti drama. Ada yang menekankan ceritanya *relate* dengan kehidupannya dan ada yang lebih tertarik karena ceritanya seru. Jawaban sederhana seperti suka alurnya dan ceritanya seru, sudah terlihat bahwa informan merasa puas dengan pengalaman menontonnya. Alur yang jelas, konflik yang berkembang dengan baik, dan penyelesaian yang tidak bertele-tele tampaknya memberi kesan positif bagi mereka sebagai penonton dan membuat mereka bertahan

mengikuti drama tersebut sampai selesai.

c. Daya Tarik Aktor, Aktris, Bahasa dan Budaya

Dari tujuh informan empat menyatakan tertarik pada pemain serta unsur budaya dan bahasa sehingga memilih drama Korea sebagai tontonan. Informan mengikuti drama karena diperankan aktor/aktris favorit dan ada yang tertarik pada bahasa dan budaya yang ada di dalam drama. Ketertarikan pada aktor dan aktris memang sering menjadi alasan pertama. Namun, keputusan untuk benar-benar mengikuti sebuah drama biasanya juga dipengaruhi oleh seberapa dekat cerita tersebut dengan pengalaman pribadi, serta ketertarikan pada bahasa dan budaya yang ditampilkan.

d. Penyemangat dan Bentuk Reward Diri

Menonton menjadi penyemangat bagi salah satu informan, yang menjadikannya sebagai *reward* pribadi sesuai jadwal tayang drama. Menonton bukan lagi sekedar hiburan, namun sebagai cara memberi jeda pada diri untuk tenang sementara dari aktivitas yang melelahkan. Aktivitas menonton juga menjadi bentuk penghargaan kecil setelah menyelesaikan tugas akademik. Dengan demikian, menonton drama Korea dapat dipahami sebagai praktik keseharian yang membantu mahasiswi menyeimbangkan tanggung jawab akademik sekaligus memenuhi kebutuhan emosionalnya.

e. Rasa Takut Tertinggal (FOMO)

Fear of Missing Out (FoMO) merupakan kecemasan sosial yang muncul ketika seseorang merasa

tertinggal dari tren atau pengalaman yang dianggap penting oleh lingkungan sosialnya (Nurhaliza, Anjani, and Sijabat 2025). Keputusan menonton dipengaruhi tren dan rekomendasi di media sosial, yang diakui salah satu informan berasal dari pembicaraan di *timeline*. Ketika *timeline* dipenuhi ulasan, potongan adegan, atau komentar positif tentang satu judul yang sama, drama tersebut jadi terasa sedang ramai dan menarik untuk diikuti. Lama-lama muncul anggapan bahwa drama itu wajib ditonton. Mengikuti drama Korea karena FOMO bukan hanya berkaitan dengan rasa takut ketinggalan, melainkan menunjukkan bagaimana budaya populer dan media sosial memengaruhi cara individu berinteraksi dan menikmati tayangan.

SIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah ditemukan hasil bahwa mahasiswi FISIP Universitas Riau telah menjadikan aktivitas menonton drama Korea sebagai bagian dari penerapan budaya populer. Drama Korea dikonsumsi secara rutin sebagai hiburan, mengisi waktu luang dan melepas stres. Kemudian daya tarik terhadap aktor, aktris dan budaya Korea serta penyemangat dan bentuk *reward* diri juga menjadi alasannya. Dalam perspektif industri budaya Theodor Adorno, konsumsi drama Korea menunjukkan adanya standarisasi cerita yang disadari penonton namun tetap diterima, diperkuat oleh pseudo-individualisasi melalui perbedaan aktor, visual, dan pengemasan cerita yang memberi kesan unik. Selain itu, drama Korea berfungsi sebagai media komodifikasi budaya, mendorong konsumsi produk dan adopsi gaya hidup Korea, serta didukung oleh sistem pasar global yang membuat tayangan ini mudah diakses dan menarik bagi penonton Internasional. Dengan

demikian, pilihan menonton drama Korea tampak sebagai preferensi personal, tetapi pada dasarnya dibentuk dan diarahkan oleh mekanisme Industri budaya. Disarankan agar mahasiswa sebagai konsumen budaya populer dapat lebih bersikap kritis dalam mengonsumsi drama Korea, terutama dalam menyikapi *product placement* dan pengaruhnya terhadap gaya hidup dan perilaku konsumsi.

Prameswari, Cantika Dinon, Hariyadi, and Muslihudin. 2023. "Favoritisme Pada Drama Korea Melancholia." *Jurnal Interaksi Sosiologi* 3(1):66-86.

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Wiratno, Tri Aru, and Sudiby. 2025. "Keindahan Dalam Seni Sebagai Komoditas: Dampaknya Terhadap Kebudayaan, Moral, Dan Peradaban Manusia." *Jurnal SeniRupa Warna* 13(1):90-107.

DAFTAR PUSTAKA

Amelia, Nanda, Mayra Putri, Liyana Eka, Paulina Anugrahni, Maranti Suryaningsih, and Mei Maemunah. 2024. "Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Tren Fashion Korea Di Pasar Lokal." *Jurnal Multidisiplin Bhatara* 1(3):53-58. doi: <https://doi.org/10.59095/jmb.v1i3.167>.

Creswell, John W. 2016. *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, Dan Campuran*. keempat. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Haryoko, Sapto, Bahartiar, and Fajar Arwadi. 2020. *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik, & Prosedur Analisis)*. Pertama. Makassar: Badan Penerbit UNM.

Louise, Vanessa Bernadette, and Rizqi Muttaqin. 2024. "Dampak Drama Korea Sebagai Media Promosi Produk Kecantikan Terhadap Pasar Di Indonesia." *Media Bina Ilmiah* 18(12).

Mahadewi, Nabila, Ardhini Oktavianingtyas, Auliya A. P. Suyadi, Aurellia D. Barlian, Elfatiya Rizqia, Mutiah Wulandari, Nadila A. Sita, Rohadatul Aisy Q.H, Sahda A. Marrelda, and Yunita A. Lestari. 2024. "Analisis Perilaku Konsumsi Masyarakat Pada Event Dan Konser Di Kalangan Mahasiswa Di Kota Surakarta." *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora* 10(2):227-42. doi: 10.29303/jseh.v10i2.532.

Mahardika, Eni Maryani, and Edwin Rizal. 2022. "Budaya Korean Wave Sebagai Komoditas Industri Media Indonesia." *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique* 5(1):121-33. doi: <https://doi.org/10.62144/jikq.v5i1.132>.

Nurhaliza, Siti, Fadila Anjani, and Raully Sijabat. 2025. "Peran Media Sosial Pada Perilaku FOMO Drama Korea Oleh Gen Z." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen (JIEM)* 3(1).