

Globalisasi Budaya dan Identitas: Pengaruh dan Eksistensi *Hallyu* (Korean Wave) versus Westernisasi di Indonesia

Dinda Larasati

Universitas Muhammadiyah Malang

ABSTRAK

Globalisasi sebagai sebuah konsep yang mendominasi di era saat ini telah menyentuh berbagai aspek kehidupan manusia dalam berbagai bidang, tak terkecuali aspek budaya dan identitas. Salah satu dampak nyata globalisasi terhadap budaya yaitu munculnya budaya global yang menjadi tren di negara-negara seluruh dunia seperti Westernisasi. Pada perkembangannya, Westernisasi mendapatkan rival sebagai budaya global yang ditandai dengan munculnya Hallyu (Korean Wave) yang dapat dikatakan sebagai Westernisasi versi Asia. Dengan menggunakan metode eksplanatif yang berbasis studi literatur bersumber pada buku, jurnal dan media, penulis bertujuan untuk mengkaji mengenai globalisasi budaya yang menimbulkan munculnya budaya global seperti Westernisasi dan Koreanisasi, terutama terkait pengaruh dan eksistensi keduanya di Indonesia. Untuk mengkaji topik tersebut, penulis menggunakan konsep tiga skenario budaya dalam globalisasi (The Scenario of Culture in Globalization) atau yang dikenal sebagai Skenario 3H (the Three H Scenarios). Hasil analisis penulis menunjukkan bahwa Korean Wave mulai menggeser posisi Westernisasi sebagai budaya global di Indonesia yang dibuktikan dengan meningkatnya minat masyarakat Indonesia terhadap simbol-simbol kebudayaan Korea seperti musik, makanan, fashion, make up, bahkan juga bahasa.

Kata-kata Kunci: *Globalisasi Budaya, Korean Wave, Westernisasi*

Globalization as a dominating concept in the current era has touched various aspects and various fields of human life, which also touches cultural and identity aspects. One of the real impacts of globalization on culture is the emergence of a global culture that becomes a trend in various countries all over the world, like Westernization. In its development, westernization have rival as a global culture marked by the emergence of Hallyu (Korean Wave) which can be said as the westernization of the Asian version. Using explanative method based on literature study based on books, journals and media, the author aims to examine the globalization of culture that led to the emergence of global culture such as westernization and Korean wave, specifically regarding its influence and existence of both in Indonesia. To examine the topic, the author uses the concept of three cultural scenarios in globalization otherwise known as Scenario 3H (the Three H Scenarios). The writer's analysis shows that Korean Wave began to shift westernization position as a global culture in Indonesia which is proved by the increasing interest of Indonesian people to the symbols of Korean culture such as music, food, fashion, make up, even language.

Keywords: *Cultural Globalization, Korean-Wave, Westernization*

Kebudayaan merupakan konsep fundamental dalam disiplin ilmu antropologi. E.B Taylor, salah satu ahli antropologi mendefinisikan kebudayaan sebagai hal yang melingkupi semua pengalaman manusia. E.B Taylor mengatakan bahwa kebudayaan meliputi pengetahuan, seni, moral, hukum, serta kapasitas dan perilaku lainnya yang diterima atau dipelajari oleh manusia dan anggota masyarakat (Taylor 1887). Dari definisi tersebut, dapat dikatakan bahwa budaya merupakan produk yang diciptakan oleh manusia dimana budaya tersebut lah yang juga membentuk manusia dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks budaya, manusia disebut sebagai *animal simboli* yang merupakan makhluk yang penuh simbol dan makhluk budaya yang hidupnya terbentuk oleh produk budaya. Selain itu, budaya tidak diwariskan melalui kode genetik, melainkan melalui proses enkulturasi yakni proses interaksi manusia dimana seorang individu belajar dan menerima budayanya. Manusia memperoleh budayanya baik secara sadar melalui pembelajaran langsung maupun secara tidak sadar melalui interaksi (Rendell 2010)

Budaya bersifat dinamis serta dapat tumbuh dan berkembang mengikuti perubahan zaman, karena budaya dikonstruksi dan direkonstruksi oleh manusia. Namun, terdapat budaya yang tidak dapat di ubah. Koentjaraningrat membagi budaya menjadi dua wujud budaya, yaitu fisik dan non-fisik (Koentjaraningrat 1982). Budaya yang berwujud fisik berbentuk produk dan sulit mengalami perubahan, contohnya candi dan prasasti. Sedangkan budaya non-fisik berbentuk ide-ide dan aktivitas manusia yang dinamis dan terbuka terhadap perubahanserta menyesuaikan dengan konteks zaman. Budaya non fisik berbentuk ide meliputi nilai, norma, gagasan, dan pesan moral. Sedangkan budaya non-fisik berupa aktivitas meliputi ritual, adat istiadat, tarian dan sebagainya. Budaya non fisik memiliki keterkaitan yang erat dengan globalisasi karena sifatnya yang dinamis dan dapat berubah sesuai dengan zaman. Oleh karena itu, dalam konteks globalisasi definisi budaya merujuk pada budaya non-fisik dalam bentuk ide dan aktivitas.

Perkembangan globalisasi yang menyentuh setiap lini kehidupan manusia juga berdampak terhadap perubahan budaya. Seperti yang diketahui, globalisasi menjadi isu yang mendapat perhatian besar sejak akhir abad ke-20 hingga awal abad ke-21. Dalam proses globalisasi, batasan geografis suatu negara menjadi kabur sehingga proses globalisasi dapat mengancam eksistensi budaya suatu bangsa karena budaya lain dapat dengan mudah masuk dalam suatu kehidupan bangsa. Tidak dapat dipungkiri jika pengaruh globalisasi

dalam penyebaran budaya semakin terlihat dengan adanya perkembangan teknologi informasi, sehingga penyebaran budaya tidak lagi harus melalui migrasi namun dapat dilakukan melalui media sosial dan media massa. Adanya akses internet telah memudahkan penyerapan kebudayaan karena hampir semua orang terhubung dengan jaringan internet. Media menjadi senjata utama dalam penyebaran budaya di era globalisasi, mengingat media berperan sebagai agen penyebaran budaya yang masif dengan menjadi jembatan antara agen dan konsumen. Media merupakan saluran yang berpengaruh dalam distribusi kebudayaan global yang secara langsung memengaruhi perubahan gaya hidup masyarakat dan menjadikan masyarakat sebagai konsumen suatu budaya. Jika masyarakat telah menjadi konsumen dari suatu budaya baru, maka kemungkinan akan terjadi perubahan terhadap budaya yang ada di dalam masyarakat tersebut. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian oleh para ahli yang mengatakan bahwa media seringkali dijadikan sebagai alat perubahan masyarakat (Li 2004).

Globalisasi dalam konteks budaya selama ini selalu dikaitkan dengan dominasi negara-negara Barat yang dikenal dengan istilah Westernisasi. Globalisasi dan Westernisasi memiliki kerkaitan erat karena globalisasi sendiri merupakan proses atau strategi negara-negara Barat dalam melakukan ekspansi produk dan pengaruh termasuk dalam bidang kebudayaan. Jadi, dapat dikatakan bahwa Westernisasi merupakan salah satu produk dari globalisasi. Menurut Antony Black, Westernisasi dimulai sejak tahun 1700-an (Black 2006). Namun muncul sebuah fenomena baru dalam era globalisasi yang selama ini didominasi oleh kebudayaan Barat, yakni *Hallyu* atau *Korean Wave* sebagai bentuk globalisasi budaya versi Asia (Valentinda & Istriyani 2013). Sama seperti Westernisasi, pola penyebaran *Korean Wave* dilakukan melalui budaya populer seperti film, drama TV, musik pop, *fashion*, bahkan bahasa, makanan dan teknologi. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa saat ini terdapat dua budaya yang mendominasi kebudayaan global yaitu Westernisasi sebagai kebudayaan dengan nilai-nilai budaya barat dan *Korean Wave* sebagai nilai-nilai budaya Korea Selatan. Meskipun tidak dapat dipungkiri bahwa dalam *Korean Wave* terdapat unsur-unsur kebudayaan Barat sebagai efek Westernisasi yang telah berkembang terlebih dahulu. Namun saat ini *Korean Wave* juga menjadi tren tersendiri di berbagai negara. Hal ini dibuktikan oleh budaya pop Korea yang mampu menembus pasar dunia dan menyaingi budaya Barat. *Korean Wave* tidak hanya menyentuh negara-negara di kawasan Asia seperti Jepang, Indonesia, China, Thailand, India, Fil-

lipina saja namun juga negara-negara Barat seperti Amerika dan negara-negara Eropa, bahkan negara-negara Afrika dan Timur Tengah. Kondisi tersebut membuktikan bahwa *Korean Wave* menjadi rival yang paling kuat bagi Westernisasi saat ini.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka disimpulkan bahwa globalisasi tidak hanya terjadi pada bidang ekonomi dan politik, namun juga terjadi pada aspek lain, salah satunya aspek budaya. Oleh karena itu, penulis berada dalam posisi yang meyakini bahwa globalisasi dapat menimbulkan homogenisasi yaitu penyatuan dan standarisasi budaya secara global. Hal ini menunjukkan bahwa tidak dapat dipungkiri jika globalisasi mendorong manusia untuk hidup dalam standar budaya tertentu. Secara umum sistematika pembahasan tulisan ini meliputi konsep yang akan digunakan untuk menjelaskan kasus ini, yakni konsep tiga skenario budaya dalam globalisasi. Pembahasan dilanjutkan dengan argumen tentang posisi penulis berdasarkan ketiga skenario tersebut. Kemudian pada bagian pembahasan, akan dipaparkan penjelasan mengenai masuknya Westernisasi dan *Korean Wave* di Indonesia serta bentuk dan fenomenanya. Selanjutnya, perbandingan pengaruh Westernisasi dan *Korean Wave* di Indonesia akan dikaji untuk menemukan budaya mana yang lebih dominan di Indonesia saat ini. Sebagai penutup, akan diberikan simpulan umum di bagian akhir.

Landasan Konseptual

Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh dan eksistensi *Hallyu (Korean Wave)* versus Westernisasi sebagai budaya global di Indonesia, penulis menggunakan konsep tiga skenario budaya dalam globalisasi (*the Scenario of Culture in Globalization*) atau yang dikenal sebagai Skenario 3H (*the Three H Scenarios*). Skenario 3H meliputi Homogenisasi (*Homogenization*), Heterogenisasi (*Heterogenization*), dan Hibridisasi (*Hybridization*). Skenario pertama, Homogenisasi, berasumsi bahwa globalisasi yang bersentuhan dengan budaya akan menghasilkan sebuah budaya global di mana terdapat persamaan nilai, norma dan produk budaya lain yang dianut dan menghasilkan standarisasi budaya. Para ahli juga menyebutkan bahwa globalisasi budaya menyebabkan peleburan budaya yang dikenal dengan istilah "*melting pot*". Dalam perspektif homogenisasi, terjadi peningkatan interkoneksi antar negara dan budaya di mana kondisi ini berkontribusi dalam pembentukan dunia yang lebih homogen dan mengadopsi nilai-nilai Barat. Dalam

bentuk homogenisasi yang lebih ekstrim, yang dikenal sebagai konvergensi, diasumsikan bahwa budaya lokal dapat dibentuk oleh budaya lain yang lebih kuat atau bahkan dapat dibentuk oleh budaya global (Ritzer 2010). Perspektif ini tercermin dalam beberapa konsep seperti konsep budaya global (*global culture*), Amerikanisasi, dan McDonaldisasi.

Di era globalisasi saat ini semakin banyak penonton program hiburan, mendengarkan musik, mengenakan pakaian dan mengonsumsi produk serta layanan merek global di berbagai wilayah dan negara di dunia (Prasad & Prasad 2006). Kondisi tersebut menunjukkan munculnya sebuah “budaya global” atau “budaya dunia” di mana terdapat kesamaan nilai, norma, kebiasaan dan produk budaya lainnya yang dianut oleh masyarakat di dunia. (Robertson 1992). Hal serupa juga dikemukakan oleh Tomlison yang mengatakan bahwa budaya homogen berasaskan pada wujud globalisasi merupakan usaha untuk menyeragamkan kebudayaan sehingga budaya di setiap tempat lebih sama. Walaupun seseorang berada di tempat tinggalnya, melalui proses globalisasi simbol budaya orang lain dapat dijangkau melalui perantara media. Dengan demikian proses integrasi budaya dapat terserap dan diterima menjadi budayz lokal dan dalam waktu yang bersamaan akan mendisintegrasikan budaya yang sudah ada. Akibatnya budaya tersebut mengalami kemunduran atau terpengaruh oleh budaya luar (Tomlison 1999). Skenario homogenitas ini sejalan dengan asumsi kaum globalis.

Skenario kedua yaitu Heterogenitas. Jika para ahli skenario homogenitas meyakini bahwa globalisasi budaya didominasi oleh nilai-nilai budaya Barat, terdapat pandangan yang menolak gagasan ini. Pada dasarnya, pandangan heterogen berpendapat bahwa globalisasi menghasilkan suatu keadaan heterogen yang mengacu pada satu struktur jaringan di mana budaya dapat terhubung satu sama lain dalam dimensi tertentu (Matei 2006). Heterogenitas merepresentasikan proses menuju dunia yang tampak lebih dalam karena intensifikasi aliran lintas budaya (Appadurai 1990). Oleh karena itu, budaya lokal suatu bangsa mengalami transformasi dan penemuan ulang terus menerus karena beberapa faktor dan kekuatan global. Namun, penting untuk memperhatikan fakta bahwa menurut perspektif ini, inti budaya tetap utuh dan tidak terpengaruh langsung, meski budaya non-fisik terpengaruh oleh arus global dan globalisasi (Ritzer, 2010)

Pada dasarnya, skenario ini membantah asumsi skenario pertama yang menyebutkan bahwa globalisasi akan menimbulkan

kan penyatuan kebudayaan dalam sebuah budaya global dan dapat menghapus eksistensi budaya lokal suatu bangsa. Skenario ini meyakini bahwa tidak seluruh anggota masyarakat di dunia dapat menerima perubahan akibat globalisasi, karena terdapat sekelompok masyarakat yang masih memegang teguh budaya lokalnya dan resisten terhadap globalisasi. Globalisasi tidak serta merta menajam seluruh aspek sehingga budaya tidak akan menjadi homogen dan tetap bersifat heterogen, karena budaya lokal dan budaya global dapat berjalan beriringan. Berbagai kelompok budaya berkembang menjadi entitas yang heterogen karena perbedaan tuntutan dari lingkungan mereka dan upaya untuk beradaptasi. Akibatnya, kelompok-kelompok ini justru menjadi terdiversifikasi dengan sangat berbeda karena keadaan lingkungan dan tekanan. Misalnya, meskipun kolonialisasi menyebabkan penurunan diferensiasi budaya, namun ketika kolonialisasi menghilang, justru banyak budaya yang bermunculan dan diferensiasi budaya lebih disukai. Hal ini menimbulkan asumsi bahwa tampaknya diferensiasi budaya kemungkinan besar akan tetap kuat meskipun ada kekuatan globalisasi (Hassi & Storti t.t.). Skenario ini cenderung sama dengan kelompok tradisional yang memandang skeptis globalisasi.

Skenario terakhir yaitu Hibridisasi. Asumsi utama dari hibridisasi budaya adalah proses pencampuran atau perpaduan budaya yang berkesinambungan. Produk akhir dari globalisasi budaya adalah integrasi dari budaya global dan lokal (Cvetkovich & Kellner 1997) yang menghasilkan sebuah budaya hibrida baru yang tidak memiliki kecenderungan terhadap budaya global maupun budaya lokal (Ritzer 2010). Adapun Robertson mengatakan bahwa globalisasi budaya adalah campuran kompleks antara homegenisasi budaya global dan heterogenisasi budaya lokal (Robertson 2001). Asumsi ini diperkuat dengan pendapat yang menyatakan bahwa interaksi budaya cenderung menghasilkan hibridisasi budaya ketimbang homogenisasi budaya. Dengan demikian, globalisasi mengarah pada penggabungan kreatif sifat budaya lokal dan global (Appadurai 1996). Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa skenario terakhir ini berada di posisi yang sama dengan kelompok transformasionalis yang cenderung mencari jalan tengah di antara globalis dan skeptis. Skenario ini meyakini bahwa tidak ada dominasi atau hegemoni budaya dalam sistem global, mengingat kebudayaan global dan kebudayaan lokal berakulturasi untuk membentuk budaya baru. Terkait posisi penulis terhadap globalisasi budaya, seperti yang sudah disebutkan sebelumnya bahwa penulis setuju dengan pendapat dari kaum globalis pada perspektif

homogen. Homogenitas budaya tidak dapat terelak dari globalisasi. Westernisasi dan *Korean Wave* merupakan bentuk dari homogenitas budaya yang nyata. Contoh dari Westernisasi sebagai homogenitas budaya dapat ditemui dari kemunculan restoran cepat saji asal Amerika McDonald's yang kemudian menjadi tren di seluruh dunia. McDonald's telah memiliki cabang hampir di seluruh dunia. Selain itu, budaya makanan cepat saji pun juga berkembang di masyarakat negara lainnya seperti di Indonesia. Hingga kini, banyak restoran di Indonesia yang menyediakan makanan cepat saji dan mengadopsi system penyajian ala McDonald's. Hal ini sekaligus menjadi bukti dari asumsi yang mengatakan bahwa globalisasi menghasilkan standarisasi budaya dan dalam kasus ini restoran Indonesia meniru konsep dari McDonald's sehingga secara tidak langsung mengikuti standar McDonald's.

Sedangkan homogenitas budaya yang ditimbulkan oleh *Korean Wave* yaitu melalui *fashion*, khususnya riasan wajah. Beberapa tahun belakangan ini, *Korean makeup look* atau riasan wajah ala Korea menjadi populer di kalangan remaja dan wanita muda khususnya di Asia. Riasan wajah ala Korea ini menjadi populer karena dianggap sederhana, segar, dan cocok bagi wanita Asia. Hampir seluruh remaja dan wanita muda di Asia memilih riasan wajah ala Korea untuk menunjang penampilannya. Sama seperti Westernisasi McDonald's yang menciptakan standarisasi, riasan wajah ala Korea pun juga menciptakan standarisasi. Dalam budaya Korea Selatan, seorang wanita akan dianggap cantik jika memiliki kantong mata (*aegyo sal*) yang kemudian menggeser standarisasi wanita cantik. Fenomena Westernisasi dan *Korean Wave* di Indonesia beserta perbandingannya akan dibahas lebih spesifik pada bab selanjutnya.

Pengaruh dan Eksistensi *Hallyu* (*Korean Wave*) versus Westernisasi Sebagai Budaya Global di Indonesia

Sebelum masuk pada inti pembahasan mengenai pengaruh dan eksistensi *Korean Wave* versus Westernisasi Sebagai Budaya Global di Indonesia, penulis terlebih dahulu akan membahas mengenai mengenai masuknya Westernisasi dan *Korean Wave* di Indonesia serta bentuk dan fenomenanya. Westernisasi telah terjadi jauh sebelum munculnya *Korean Wave* dan mendominasi sebagai budaya global dalam kurun waktu lama. Perkembangan Westernisasi tidak dapat dipisahkan dari modernisasi yang juga merupakan bagian dari globalisasi. Sejarah masuknya Westernisasi di Indonesia

tidak dapat dipastikan. Namun, menurut beberapa ahli (Al-Nadwi *tt*), Westernisasi masuk ke Indonesia sejak dimulainya imperialisme dan kolonialisme barat sekitar abad ke-19. Sedangkan Westernisasi sendiri sudah muncul sejak tahun 1700-an (Al-Nadwi *tt*). Indonesia telah mengalami imperialisme dan kolonialisme dalam kurun waktu yang lama dari Portugis, Inggris, Belanda, dan Jepang. Proses imperialisme dan kolonialisme di Indonesia memberikan dampak terhadap masyarakat Indonesia dalam hal Westernisasi, mengingat tiga negara penjajah Indonesia merupakan negara-negara Barat.

Gelombang Westernisasi berikutnya terjadi pada masa Perang Dingin yang ditandai dengan kemenangan Amerika Serikat atas Uni Soviet sebagai momentum yang menjadikan Amerika Serikat sebagai satu-satunya negara *superpower*. Kondisi ini membuat Amerika Serikat semakin memperluas dan membesarkan pengaruhnya. Oleh karena itu, muncul Westernisasi yang dilakukan oleh Amerika Serikat dan negara-negara Eropa bersamaan dengan globalisasi. Dalam melakukan Westernisasi, negara-negara Barat khususnya Amerika Serikat memanfaatkan media yang didukung dengan perkembangan teknologi komunikasi yang pesat di era globalisasi, seperti internet, surat kabar, majalah, televisi, radio dan sebagainya. Budaya Westernisasi yang diusung dan disebarluaskan melalui media-media tersebut merupakan budaya pop seperti film, musik, *fashion*, makanan dan sebagainya.

Westernisasi di Indonesia lebih banyak dipandang negatif mengingat Westernisasi berisikan nilai-nilai kebudayaan Barat yang cenderung bertentangan dengan budaya Indonesia yang menganut nilai-nilai budaya ketimuran. Salah satu dampak Westernisasi yaitu budaya hedonisme. Hedonisme pada prinsipnya merupakan pandangan hidup yang menganggap bahwa tujuan hidup yang paling utama yaitu kesenangan dan kenikmatan. Budaya hedonisme ini pun didukung dengan keberadaan tempat-tempat produk westernisasi, seperti restoran cepat saji, pusat perbelanjaan (*mall*), *café*, *club*, dan sebagainya yang cenderung menjual barang ataupun jasa dengan harga yang relatif mahal. Budaya hedonisme menyebabkan masyarakat tidak keberatan untuk menghabiskan materinya demi mendapatkan kepuasan dan kesenangan.

Sedangkan *Korean Wave* masih tergolong baru sejak kemunculannya di akhir 1990-an. *Korean Wave* terdiri dari beberapa konten kebudayaan yang menjadi salah satu komoditas ekspor utama bagi Korea Selatan, di antaranya yakni film, drama televisi (K-drama), musik (K-pop) dan *K-fashion* dimana konten-konten ini

saling berkaitan satu sama lain. Produk *Korean Wave* yang pertama kali diekspor yaitu drama Korea yang ditayangkan di Tiongkok pada tahun 1990. Selain itu, *boyband* Korea H.O.T pada saat itu juga mendapatkan popularitas di Tiongkok. Pada perkembangannya, *Korean Wave* mulai meluas ke Jepang, Taiwan, dan Vietnam. Pada paruh pertama tahun 2000-an, *Korean Wave* telah merambah di negara-negara Asia Tenggara. Pada paruh kedua, yakni pada tahun 2000, *Korean Wave* mulai menyebar ke negara-negara di Amerika Selatan, Timur-Tengah dan sebahagian wilayah Afrika, hingga pada awal abad ke-21 *Korean Wave* telah menyentuh kawasan Amerika Serikat dan Eropa (Simbar 2016). *Korean Wave* sendiri muncul di Indonesia pada awal tahun 2002 yang ditandai dengan pemutaran drama *Endless Love* di salah satu stasiun TV nasional Indonesia. K-pop tak kalah populer dari K-drama sehingga juga berdampak pada penyebaran *Korean Wave* dalam skala yang lebih luas. Fenomena ini terus berlanjut pada tahun 2012 dimana industri musik mulai menjadi bisnis yang menjanjikan, mengingat adanya pencapaian popularitas K-pop yang tinggi di berbagai negara. Terkait dengan komoditas K-fashion, tidak dapat dipungkiri jika K-fashion memang takkan bisa berkembang sebagai *Korean Wave* jika tidak diperkenalkan secara visual melalui K-Drama dan K-Pop. Oleh karena itu, promosi K-fashion melalui para aktor dan aktris dalam K-drama dan para idol dalam K-pop pun gencar dilakukan. Hingga kini, K-fashion telah menjadi referensi *fashion* utama bagi wanita maupun pria terutama di kawasan Asia. Selain *fashion style*, riasan wajah Korea juga cukup banyak diminati oleh remaja dan wanita. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya permintaan pasar terhadap produk-produk kosmetik maupun perawatan wajah asal Korea Selatan terutama di negara-negara Asia Tenggara seperti Indonesia, Malaysia, Thailand dan Filipina. Tren riasan wajah ala Korea yang dikenal dengan nama *ulzzang* ini juga merupakan dampak dari promosi yang dilakukan melalui K-drama dan K-pop.

Di Indonesia, *Korean Wave* dapat diterima dengan lebih baik karena lebih kompatibel dengan nilai-nilai lokal dibandingkan dengan Westernisasi. Hal ini kemungkinan besar dipengaruhi oleh faktor geografis di mana Indonesia dan Korea Selatan sama-sama terletak di benua Asia dan cenderung memiliki kebudayaan yang sama dengan menganut budaya ketimuran. Misalnya dalam hal berbusana, budaya Barat berbusana cenderung lebih bebas dan terbuka. Bahkan dalam Westernisasi terdapat budaya nudisme atau telanjang yang merupakan hal yang biasa bagi orang Barat. Meskipun dalam westernisasi, budaya berbusana tidak selalu vulgar. Se-

dangkan dalam *Korean Wave*, budaya berbusana lebih sopan dan cenderung lebih tertutup dibandingkan dengan westernisasi. Oleh karena itu, meskipun westernisasi terlebih dahulu menyentuh kehidupan masyarakat Indonesia, *Korean Wave* lebih berkembang dibandingkan dengan Westernisasi. Sama seperti Westernisasi, kesuksesan *Korean Wave* juga didukung oleh perkembangan teknologi informasi yang masif akibat adanya globalisasi sehingga persebaran dan penyerapan kebudayaan dapat dilakukan secara efektif dan efisien.

Berdasarkan pemaparan tersebut, dapat dikatakan bahwa pengaruh dan eksistensi *Hallyu (Korean Wave)* sebagai budaya global di Indonesia lebih tinggi dibandingkan dengan Westernisasi, meskipun Westernisasi telah menjadi budaya global jauh sebelum *Korean Wave*. Sebelum *Korean Wave* muncul, Westernisasi memang mendominasi setiap lini kehidupan masyarakat Indonesia. Namun, kini *Korean Wave* mampu menyaingi eksistensi Westernisasi sebagai budaya global. Seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa westernisasi dan *Korean Wave* merupakan bentuk dari homogenitas budaya yang nyata, dimana kedua bentuk budaya global ini membentuk dunia yang lebih homogen yang mengadopsi nilai-nilai yang sama. Selain itu juga menimbulkan standardisasi budaya tertentu.

Namun, meskipun *Korean Wave* lebih dapat diterima dengan baik, bukan berarti *Korean Wave* tidak memiliki dampak negatif. Begitu pula dengan Westernisasi yang bukan berarti tidak memiliki sisi positif. Tetapi saat ini *Korean Wave* memang tengah berada dalam puncak popularitasnya sehingga dapat menyaingi Westernisasi. Meskipun pada nyatanya, Westernisasi masih dapat bertahan dengan produk-produknya seperti film-film Hollywood dan lagu-lagu pop barat.

Simpulan

Globalisasi tidak hanya memengaruhi aspek ekonomi dan politik, namun juga pada aspek budaya. Budaya dapat menjadi salah satu aspek yang terpengaruh oleh globalisasi karena budaya bersifat dinamis dan dapat berubah sesuai zaman. Hal ini didukung dengan adanya perkembangan teknologi informasi yang berkembang dengan pesat di era globalisasi sehingga memudahkan penyebaran informasi. Oleh karena itu, media memiliki peran yang sangat penting

bagi globalisasi budaya sebagai agen utama penyebaran budaya agar dapat diserap secara cepat dan efisien. Berdasarkan pada scenario 3H, globalisasi menimbulkan homogenitas di mana terjadi penyatuan dan standarisasi budaya secara global. Artinya, terdapat satu budaya tunggal yang nilai-nilainya dianut secara universal. Contoh konkrit dari budaya tunggal ini yaitu westernisasi dan *Korean Wave*. Kedua bentuk budaya global ini masuk ke Indonesia dan juga negara-negara lain. Dalam konteks Indonesia, saat ini posisi *Korean Wave* sebagai budaya global telah menyaingi westernisasi. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya produk budaya Korea Selatan yang masuk ke Indonesia dan digemari oleh masyarakat Indonesia seperti K-drama, K-pop, *K-fashion*, gaya riasan wajah Korea, bahkan makanan khas Korea dan hingga memunculkan ketertarikan untuk belajar bahasa Korea.

Referensi

Buku

- Al-Nadwi, Abdul Hasan Ali al-Husni, *tt. Pertarungan Antara Alam Pikiran Islam dan Alam Pikiran Barat*. Bandung: Al'Maarif
- Appadurai, A. 1996. *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Black, Antony, 2006. *Pemikiran Politik Islam: Dari Masa Nabi Hingga Masa Kini* (trans. Abdullah Ali). Jakarta: Serambi.
- Cvetkovich, A. and Kellner, D, 1997. *Articulating the Global and the Local: Globalization and Cultural Studies*. Westview, Boulder, Colorado.
- Koentjaraningrat, 1982. *Pengantar Antropologi*. Jakarta: Penerbit Aksara Baru. Ritzer, G, 2010. *Globalization: A Basic Text*. United Kingdom: Wiley-Blackwell. Robertson, R, 1992. *Globalization: Social Theory and Global Culture*. London: Sage Publications. Robertson, R. 2001. "Globalization Theory 2000+: Major Problematics", in G. Ritzer & B. Smart (ed.), *Handbook of Social Theory*. London: Sage Publications. Taylor, Edward B., 1987. *Primitive Culture: Research into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Art, and Custom*. New York: Henry Holt Publisher.

Tomlison, John. 1999. *Globalization and Culture*. Cambridge: Polity Press.

Jurnal

Appadurai, A. 1990. "Disjuncture and difference in the global cultural economy", *Public Culture*, 2 (2).

Hassi, Abderrahman & Giovanna Storti, *tt.* "Globalization and Culture: The Three H Scenarios".

Matei, S.A. 2006. "Globalization and heterogenization: Cultural and civilizational clustering in telecommunicative space (1989–1999)", *Telematics and Informatics* (23).

Prasad, A., & Prasad, P. 2006. "Global transitions: The emerging new world order and its implications for business and management", *Business Renaissance Quarterly*, 1(3)

Rendell, et al, 2010, "Why Copy Others? Insight from the Social Learning Strategies Tournamnet", *AAAS New York Washington*

Shu Chu Sarrina Li, 2004. "Market Competition and The Media performace of Taiwan's Cable Television Industry", *Journal of Media Economic*, 17 (4).

Valentinda, Annisa & Istriyani, 2013. "Gelombang Globalisasi Ala Korea Selatan", *Jurnal Pemikiran Sosiologi* 2(2).