

**FENOMENA SOSIAL “HALLYU WAVE” DI KALANGAN REMAJA TERHADAP
POLA GAYA HIDUP**

*¹Alsakinah Nurfirmansyah Putri, Eldi Mulyana², Slamet Nopharipaldi Rohman³

¹SMPN 2 Tarogong Kidul

^{2,3}Program Studi Pendidikan IPS, Institut Pendidikan Indonesia Garut

*Correspondensi E-mail: alsakinah22@gmail.com¹, eldimulyana@institutpendidikan.ac.id²,
SlametNR@institutpendidikan.ac.id³

(Received: 21 Nopember 2024 / Accepted: 17 Desember 2024 / Published Online: 18 Desember 2024)

Abstract

This research is motivated by the development of the current era of globalization, cultural differences are not an obstacle for someone to learn and know other cultures. This is proof that changes in globalization have changed the mindset and lifestyle of humans to become more modern and open to new cultures. Studying other cultures can be done in various ways, especially now which is the era of globalization and the virtual century where social reality develops on a global scale, especially as a result of advances in information technology. The purpose of this research is to identify the hallyu phenomenon through Korean dramas becoming very popular on Indonesian private television channels (TV). The research method used is qualitative with a case study approach. Data collection techniques in this study used observation, interviews and documentation. The results of this study indicate that the Hallyu Wave is a phenomenon that spreads popular culture from South Korea in various parts of the world. This Hallyu Wave cultural product includes: Drama (K-Drama), Pop Music (K-Pop), Fashion (K-Style). Utilizing technological advances in the form of the internet, parties involved in the popular culture industry also carry out a communication process with the aim of publication, promotion and persuasion to their fans through social media, namely with a virtual communication model.

Keywords: *Hallyyu Wave Phenomenon, Social Phenomena, Lifestyle Patterns.*

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan perkembangan era globalisasi saat ini perbedaan budaya tidak menjadi hambatan seseorang untuk mempelajari dan mengenal budaya lain. Hal ini menjadi bukti jika perubahan globalisasi telah mengubah pola pikir dan gaya hidup manusia menjadi lebih modern dan terbuka terhadap budaya-budaya baru. Dalam mempelajari kebudayaan lain dapat dilakukan dengan berbagai cara terlebih saat ini yang merupakan era globalisasi dan abad virtual dimana realitas sosial berkembang dalam skala global khususnya akibat dari kemajuan teknologi informasi. Tujuan penelitian ini dapat mengidentifikasi fenomena hallyu melalui drama Korea menjadi sangat populer di saluran televisi (TV) swasta Indonesia. Metode penelitian yang digunakan kualitatif dengan pendekatan studi

kasus. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Hallyu Wave merupakan suatu fenomena menyebarluasnya budaya populer dari Korea Selatan diberbagai belahan dunia. Produk budaya Hallyu Wave ini meliputi: Drama (K-Drama), Musik Pop (K-Pop), Fashion (K-Style). Memanfaatkan kemajuan teknologi berupa internet, pihak yang terlibat dalam industri budaya populer tersebut pun melakukan proses komunikasi dengan tujuan publikasi, promosi dan persuasi kepada penggemarnya melalui media sosial yaitu dengan model komunikasi virtual.

Kata kunci : Fenomena Hallyu Wave, Fenomena Sosial, Pola Gaya Hidup.

I. PENDAHULUAN

Manusia merupakan makhluk sosial yang saling membutuhkan satu sama lain. Sebagaimana diungkapkan oleh seorang filsuf yang berasal dari Yunani Aristoteles, bahwa manusia merupakan *zoon politicon* yang artinya manusia dikodratkan untuk hidup bermasyarakat dan berinteraksi dengan manusia lain. Selain itu, manusia sebagai makhluk sosial juga berarti dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, manusia akan bergantung pada orang lain. Dengan begitu, manusia sebagai makhluk sosial tidak dapat dipisahkan dari kelompok masyarakat karena manusia memiliki naluri untuk hidup bersama orang lain. Manusia pun dibekali akal dan pemikiran sehingga menghasilkan kebudayaan yang dilakukan secara turun-temurun dan terus di kembangkan agar tetap bertahan dan menjadi ciri khas dari suatu negara. Setiap negara dibelahan bumi memiliki beragam budaya yang berbeda menjadikan setiap negara memiliki daya tarik tersendiri di mata negara lain, sebab mobilitas masyarakat di seluruh dunia sedang mencapai puncaknya. Peserta didik perlu di didik karakter sosialnya agar tumbuh dan melekat rasa cinta terhadap budaya leluhurnya dengan mengimplementasikan nilai (Tetep, 2021).

Pada era globalisasi saat ini perbedaan budaya tidak menjadi hambatan seseorang untuk mempelajari dan mengenal budaya lain. Hal ini menjadi bukti jika perubahan globalisasi telah mengubah pola pikir dan gaya hidup manusia menjadi lebih modern dan terbuka terhadap budaya-budaya baru. Dalam mempelajari kebudayaan lain dapat dilakukan dengan berbagai cara terlebih saat ini yang merupakan era globalisasi dan abad virtual dimana realitas sosial berkembang dalam skala global khususnya akibat dari kemajuan teknologi informasi. Berkaitan dengan kemajuan teknologi informasi yang terus berkembang dengan cepat hingga munculnya media informasi *online* berupa media sosial (Dahlana & Mulyana, 2022). Ada berbagai media sosial yang terus berkembang seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, dan sebagainya sehingga migrasi dari satu tempat ke tempat lainnya tidak terlalu diperlukan lagi hanya dengan mengakses internet kebudayaan dari negara lain dapat diserap oleh pengguna dengan munculnya "ruang elektronik" dalam kehidupan secara meluas menyebabkan hilangnya proses "*social learning*" yang memungkinkan empati dilakukan dalam hubungan antar manusia.

Berkaitan dengan budaya negara lain dan perkembangan teknologi terdapat sebuah budaya yang tengah populer dan menarik perhatian dunia, yaitu fenomena *Hallyu Wave* yang telah membawa nilai-nilai budaya Korea meluas ke berbagai negara dan menarik massa. Produk-produk yang dihasilkan *Hallyu Wave* antara lain Drama(K-Drama),Musik

(K-Pop), dan Fesyen (K-Style). Diantara desakan budaya Korea tak dapat dipungkiri bahwa K-Pop memiliki pengaruh lebih besar dibandingkan produksi drama dan filmnya. Itu disebabkan karena popularitas penyanyi Korea baik grup maupun solo sangat besar di Indonesia. K-Pop menandai adanya istilah *the neo-Korean wave*, dengan pemanfaatan media sosial secara aktif dan keterlibatan fans sebagai salah satu cirinya.

Fenomena hallyu melalui drama Korea menjadi sangat populer di saluran televisi (TV) swasta Indonesia. Beberapa stasiun TV swasta domestik bahkan berlomba-lomba menayangkan drama Korea. Drama Korea ini memiliki alur yang ringan dengan berbagai konflik, disajikan dengan cara yang sangat menarik. Tentu saja drama Korea ini langsung digandrungi oleh orang-orang yang sangat menginginkan sesuatu yang baru dan memang itu adalah fakta bahwa orang-orang sangat bersemangat untuk menonton drama Korea (Hardjana, 2004). Perkembangan selanjutnya tercermin dari perubahan fashion yang cenderung meniru artis Korea. Remaja saat ini menjadikan korean style sebagai salah satu inspirasi gaya mereka (Ratna, 2003). Fashion K-Pop memiliki pesona tersendiri sehingga digandrungi oleh para remaja khususnya boy dan girlband. Bagi kalangan remaja busana K-Pop dinilai memiliki keunikan tersendiri. Pembeda dari gaya busana K-Pop adalah identik pakaiannya dengan warna-warna cerah, mudah diselaraskan, cocok untuk tubuh dan warna kulit orang Asia, dan simpel tapi menarik (Risnawati, 2014). Sejak hallyu berkembang di Indonesia, hal itu juga mempengaruhi jumlah orang Indonesia yang mengunjungi dan melakukan tur di Korea yakni meningkat 10,43%. Pariwisata salah satu kegiatan favorit banyak orang saat ini, menuntut setiap negara untuk terus berupaya meningkatkan industri pariwisatanya. Hal ini ditandai dengan perbaikan seluruh sarana dan prasarana terkait pariwisata serta penunjang destinasi dalam negeri.

II. METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian case study research (studi kasus) dan bersifat deskriptif. Pengertian studi kasus menurut Basuki (2018) adalah suatu bentuk penelitian atau studi suatu masalah yang memiliki sifat kekhususan, dapat dilakukan baik dengan pendekatan kualitatif maupun kuantitatif, dengan sasaran perorangan ataupun kelompok, bahkan masyarakat luas. Proses pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data melalui Menurut Miles dan Huberman (1984) dalam (Sugiyono, 2019), mengemukakan bahwa aktifitas dalam analisis data dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas hingga akhirnya ditemukan datanya pada titik jenuh. Aktifitas dalam analisis data yaitu, Reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data/penyimpulan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Berdasarkan hasil wawancara oleh kepada siswa di SMP Musadadiyah Garut bahwa ada 3 aspek yaitu: Pertama, mengenai aspek dampak korean wave terhadap perilaku belajar pada mahasiswa, tayangan korean wave sangat berdampak pada mereka karena banyak dari mereka mengabaikan tugas kuliah demi menonton tayangan korean wave, walaupun demikian mereka tepat waktu dalam mengumpulkan tugas. Kedua, mengenai aspek dampak korean wave terhadap aktifitas kuliah, tayangan korean wave sangat sedikit dampaknya karena mereka tetap melakukan aktifitas kuliah seperti biasa, walaupun sedang menonton tayangan korean wave. Ketiga, mengenai aspek dampak korean wave terhadap prestasi mahasiswa, dalam hal ini dampak korean wave sangat sedikit, karena prestasi ataupun nilai yang mereka raih selama menonton tayangan korean wave tidak naik dan tidak turun.

Berdasarkan hasil kesimpulan deskripsi di atas maka ada tiga aspek data yang akan dibahas secara konseptual yaitu: (1) Drama Korea; (2) K-Pop; dan (3) Reality Show. Pertama, drama korea merupakan salah satu hasil dari kebudayaan Hallyu yang paling digemari oleh banyak masyarakat di dunia. Drama merupakan karya sastra yang dirancang untuk dipentaskan di panggung oleh para actor dan aktris. Sedangkan menurut Ardia drama korea adalah budaya kesenian yang mengacu kepada drama televisi di Korea dalam sebuah format miniseri dan menggunakan bahasa korea dimana dalam drama korea mengangkat kisah-kisah kehidupan.

Berdasarkan hasil identifikasi yang disajikan menggunakan bahasa korea sebagai bahasa pengantarnya. Drama korea mampu menarik mahasiswa agar hanyut dalam cerita dan kisah yang di tampilkan sehingga mereka bisa merasakan emosi dalam drama tersebut. Marina dan Neka mengatakan bahwa drama Korea biasanya menceritakan kehidupan sehari-hari masyarakat Korea Selatan atau tentang kisah kerajaan (saeguk). Dengan berbagai konflik di dalamnya drama ini dibungkus sedemikian rupa sehingga menarik dan menghibur para penontonnya. Selain ceritanya yang menarik dan menghibur para pemainnya pun memiliki wajah rupawan dan ini makin membuat penontonnya tertarik. Episode dalam drama Korea rata-rata hanya sampai 16 - 25 episode saja hanya memakan waktu 3 - 4 bulan.

Selain alur cerita dalam drama korea yang menarik, alasan banyak orang gemar menonton drama korea adalah penampilan aktor dan aktris yang menarik serta kepiawaian mereka dalam beradu akting membuat penggemar semakin jatuh hati dengan drama korea. Selain cerita menarik yang disuguhkan drama Korea, sinematografi yang digunakan dalam pembuatan drama Korea juga patut diacungi jempol. Banyak penggemar merasa takjub dengan sinematografi yang ditampilkan drama Korea. Dalam salah satu drama Korea yang memiliki sinematografi yang apik yaitu drama fenomenal Goblin.

Kedua, budaya pop Korea kini menempati tempat tersendiri dikalangan mahasiswa. Menurut Khairunnisa hal ini dikarenakan Budaya pop Korea dapat membius penggemarnya mulai dari segi drama dan musiknya yang dinamis sampai pada mode-mode fashion yang sedang populer di Korea. Musik dan artis Korea berhasil menghipnotis telinga dan mata remaja Indonesia. Sekarang ini KPop begitu digemari oleh kalangan muda karena wajah para artis K-Pop yang menarik, dandanan yang menyenangkan untuk dilihat, serta fashion yang

unik. Disamping itu, musik K-Pop juga mudah didengarkan (easy listening) dan sesuai dengan selera masyarakat pasar, sehingga mudah diterima oleh anak muda pada umumnya dan menjadi penggemar Kpop.

PEMBAHASAN

1. *Hallyu Wave* mempengaruhi Pola Hidup Remaja di Indonesia

Masa remaja merupakan fase kehidupan tahap ke-5 menurut teori Erik Erikson (Feist, et al. 2018) yaitu *Identity vs Identity Confussion*. Remaja mencari tahu tentang dirinya, siapa dirinya, jati dirinya. Remaja mencari peran baru untuk menemukan identitas seksual, ideological dan karir. Benih dentitas berkembang mulai dari bayi, masa kanakkanak, dan masa sekolah. Pada masa remaja, identitas menjadi krisis seiring dengan remaja belajar untuk mengatasi konflik psikologis, yaitu *identity vs identity confussion*. Masa remaja adalah masa yang penting karena individu menjadi lebih mandiri dan mulai melihat ke masa depan seperti karir, hubungan personal, keluarga. Remaja ingin dirinya diterima dan membaaur dalam masyarakat (Tetep, 2021).

Berdasarkan hasil wawancara kepada partisipan AN, ia memaknai *negative labelling* yang diterimanya untuk mendorong ia intropeksi diri dan menjadi kriteria terkait kefanatikan dirinya terhadap idola. Partisipan pun menjadikan *negative labelling* tersebut sebagai peringatan untuk dirinya agar tidak merasa down secara psikis dan ia juga memandang bahwa hidup tidak akan selalu disukai orang lain terus menerus. Kemunculan pemaknaan dari partisipan AN berawal dari present of meaningnya yang menjadikan idola sebagai role model. Ia mengatakan bahwa perjuangan yang ditempuh. Idolanya dijadikan sebagai motivasi. Sosok idola memiliki pengaruh terhadap tujuan hidup AN. Walaupun begitu, beberapa kali AN juga menegaskan bahwasannya idola bukan segalanya dihidupnya. Dalam pencarian maknanya (*search of meaning*), partisipan AN mengungkapkan bahwa *negative labelling* yang diterimanya tidak membuat ia terpuruk. Salah satu alasannya karena dalam pencarian makna ia merasionalisaikan apa yang terjadi dalam hidupnya. Partisipan AN berpikir bahwa aktivitas *fangirling* yang ia lakukan tidak merugikan orang lain dan apapun yang ia keluarkan untuk idola sebagai bentuk ekspresi kekagumannya terhadap idola bukan dari jasa orang lain. Walaupun demikian, partisipan AN juga menjelaskan bahwa *negative labelling* sempat mempengaruhi kondisi mentalnya ketika ia masih berada di bangku Sekolah Menengah Pertama (SMP), adapun saat ini partisipan AN lebih memilih untuk bersikap tidak peduli atas *negative labelling* yang diterimanya.

Identitas didefinisikan baik secara positif dan negatif, seiring dengan remaja memutuskan mereka akan menjadi apa dan apa yang mereka percaya sementara juga mencari apa yang tidak mereka harapkan dan apa yang tidak mereka percaya. Umumnya remaja akan mencari teman yang serupa dengan dirinya. Jika remaja dapat menjalani berbagai peran baru dengan positif dan mendapatkan dukungan dari orang tua, maka identitas yang positif juga akan tercapai. Tetapi jika remaja kurang mendapat bimbingan dan mendapat banyak penolakan dari orang tua atau kelompok masyarakat, remaja akan mengalami krisis identitas serta ketidak yakinan dan tidak percaya diri.

2. Fenomena Perkembangan K-pop

Para remaja penggemar K-Pop mengoleksi lagu, CD original, dan poster idola mereka. Tidak hanya atribut musik saja, tetapi juga mengoleksi baju, jaket, topi yang bisa mengidentifikasi mereka bahwa mereka seorang penggemar. Di era modernisasi ini, para remaja menggunakan teknologi yang lebih maju, mudah dan cepat, yaitu streaming. Tanpa perlu mengunduh, mereka sudah bisa mendengarkan musik dari para idola mereka. Para remaja sangat antusias terhadap maraknya Korean Wave di Indonesia. Namun sebagai anak Indonesia, diharapkan para remaja Indonesia mampu bersikap kritis terhadap budaya Korean Wave dan tetap menjaga serta melestarikan budaya lokal. Sebaiknya remaja milenial yang menyukai K-Pop tidak menutup mata dan telinga pada musik-musik pop Indonesia.

Tentunya fenomena Korean Wave ini membawa dampak dan pengaruh dari kedua sisi, baik positif maupun negatif. Seperti yang dikatakan oleh Suminar (2018), dalam tulisannya yang berjudul “Fenomena Hallyu di Indonesia”, dampak positifnya, memberikan tambahan ilmu pengetahuan tentang Korea, misalnya mengetahui bahasa Korea, dapat menjadi lapangan pekerjaan dalam perdagangan produk-produk Korea yang sedang marak, teknologi IPTEK Korea yang jauh lebih baik dapat mengembangkan teknologi IPTEK Indonesia.

Namun ada pula dampak negatifnya, yaitu dapat menimbulkan kurangnya rasa cinta pada budaya sendiri. Budaya Korea lebih diunggulkan. Trend musik Indonesia mulai mengikuti Korea dengan adanya girlband/boyband Indonesia. Kedua, banyak remaja Indonesia yang lebih menyukai makanan Korea dibanding makanan Indonesia. Ketiga, lebih suka menggunakan produk Korea daripada produk dalam negeri. Hal ini sependapat dengan pernyataan (Simbar, 2016) anak muda di Manado lebih memilih produk Korea dibanding dengan produk lokal.

Berdasarkan Proses pemaknaan negative labelling oleh kedua partisipan saat ini didapatkan melalui suatu proses yang panjang. AN mengungkapkan bahwa ia sempat merasa insecure ketika menerima negative labelling di masa SMP dan TQ mengalami keterkejutan karena negative labelling yang diterima. Kedua partisipan saat ini dapat memaknai negative labelling secara positif dan tidak menjadikan hal tersebut sebagai sesuatu yang dapat merusak hidupnya. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan teori psikologi perkembangan yang menyatakan bahwa perkembangan emosi pada masa remaja akhir (late adolescent) menjadi lebih stabil daripada masa remaja awal (Batubara, 2010).

Perkembangan kognitif masa remaja akhir masuk ke dalam tahap operasional formal yang berarti pada tahap ini terjadi maturasi secara intelektual. Pendapat tersebut sejalan dengan pandangan partisipan yang menunjukkan bahwasanya pengaturan diri sendiri menjadi salah satu ciri dari operasional formal semakin meningkat. Pengaturan diri adalah kemampuan untuk kembali seimbang (equilibrium) setelah mengalami ketidakseimbangan (disequilibrium) (Ibda, 2015). Hal ini diperlihatkan ketika partisipan mengalami perasaan atau dampak negatif dari pemberian negative labelling tetapi keduanya mampu seimbang kembali. Respon sikap yang diberikan kedua partisipan dari negative labelling yang

diterimanya menunjukkan identitas diri yang kuat. Salah satu pernyataan partisipan yang membuktikan hal tersebut adalah ketidak inginan untuk berhenti anggota fanclub setelah merasakan pengalaman negative labelling, seperti dicap sebagai pembuang uang, penyuka plastik dan lain sebagainya. Hal tersebut merupakan salah satu ciri perkembangan remaja akhir (Batubara, 2010).

Berdasarkan pembahasan data di atas, dapat disimpulkan bahwa lokasi tempat untuk menonton tayangan korean wave di kamar kos dan dirumah. Dikarenakan kamar dan rumah merupakan tempat yang paling nyaman untuk melihat tayangan korean wave sambil beristirahat. Kemudian mengenai alat yang digunakan untuk menonton tayangan korean wave adalah handphone dan laptop, karena handphone bisa digunakan di mana saja dan memudahkan untuk melihat tayangan korean wave, sedangkan laptop digunakan ketika menonton maratho, dan lebih mudah digunakan karena tidak harus dipegang dan video dan gambar yang di hasilkan lebih jelas dan besar. Terakhir mengenai aspek waktu yang digunakan untuk menonton tayangan korean wave adalah ketika pagi, siang, malam, dan waktu luang. Waktu yang dihabiskan 5 sampai 8 jam dalam sehari mulai dari jam 20:00 WIB sampai dengan 24:00 WIB, dan ketika di siang hari ketika ada waktu luang saja.

IV. KESIMPULAN

Setelah melakukan analisis kualitatif-deskriptif terhadap data yang diperoleh dari penelitian Budaya Hallyu Wave terhadap gaya hidup remaja, maka disimpulkan bahwa Hallyu Wave merupakan suatu fenomena menyebarluasnya budaya populer dari Korea Selatan diberbagai belahan dunia. Produk budaya Hallyu Wave ini meliputi: Drama (K-Drama), Musik Pop (K-Pop), Fashion (K-Style). Memanfaatkan kemajuan teknologi berupa internet, pihak yang terlibat dalam industri budaya populer tersebut pun melakukan proses komunikasi dengan tujuan publikasi, promosi dan persuasi kepada penggemarnya melalui media sosial yaitu dengan model komunikasi virtual.

Tren fashion Korea terus berkembang di masyarakat terutama di kalangan remaja. Hallyu sendiri bahkan sempat meramaikan industri hiburan Indonesia dengan aksen Koreanya. Hal ini ditandai dengan munculnya girlband dan boyband Indonesia dengan konsep K-Pop. Saluran TV lokal juga meniru drama dan film Korea, bahkan beberapa program TV lokal meniru cara siaran industri hiburan Korea. Drama Korea dapat membantu menginspirasi para remaja untuk menemukan contoh model yang berkaitan dengan gaya hidup karena ingin meniru artis favoritnya. Gaya selebriti di atas panggung, di sampul majalah, atau terkadang dalam pakaian sehari-hari selalu menjadi sorotan yang menarik dan dapat mempengaruhi gaya hidup saat itu.

V. DAFTAR PUSTAKA

- Dahlana, A., & Mulyana, E. (2022). Eksistensi Social Behavior Dalam Pembelajaran IPS Sebagai Penguatan Keterampilan Peserta Didik Di Abad-21. *SOSEARCH: Social Science Educational Research*, 2(1), 24–30.

- <https://doi.org/10.26740/sosearch.v2n1.p24-30>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Tetep, T. (2021a). *Opportunities or Challenges ? Building Student Social Character through WhatsApp- Based Project Citizen in Disruptive Era*.
- Tetep, T. (2021b). *Social Media and Changes in Students ' Learning and Social Behaviors*.
- Adi, G. K. H. (2019). Hallyu (Studi Tentang Pengaruh Budaya Korea Pada Penggemar K-Pop di Semarang). In Universitas Diponegoro. <http://eprints.undip.ac.id/81034/>
- Akkemik, K. (2009). Industrial Development in East Asia. In Growth (Lakeland).
- Arnold, R. (2016). 30-Second Fashion: The 50 Key Modes, Garments, and Designers, Each Explained in Half a Minute. <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=hZyyDgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=%22fine+art%22+%22>
- Batubara, J. R. L. (2010). Adolescent development (perkembangan remaja). Sari Pediatri, 12(1), 2129. <http://dx.doi.org/10.14238/sp12.1.2010.21-9>
- Chaney, 2008 Gaya Hidup. (Jalasutra : Yogyakarta) English, B. (2013). A cultural history of fashion in the 20th and 21st centuries: from catwalk to sidewalk. In Choice Reviews Online (Vol. 51, Issue 04). <https://doi.org/10.5860/choice.51-2218>
- Edy, R. H. dan M. (2008). Fashion Dan Gaya Hidup : Identitas Dan Komunikasi.
- Firdani, K. (2019). Analisis peranan hallyu sebagai sarana soft diplomacy terhadap penyebaran budaya korea selatan di indonesia. Skripsi, 4–16. Harian Momentum, "Pengaruh K-POP Terhadap Kesehatan Mental Remaja"
- Haviland. (2019). Fenomena Konsumsi Budaya Korea Pada Anak Muda Di Kota Manado Fruylyndese K. Simbar Nim 120817007. Jurnal Holistik, 10(12), 1– 12.
- Handoyo, R. D., Erlando, A., & Septiyanto, I. (2020). Dampak Faktor Eksternal Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *EcceS (Economics, Social, and Development Studies)*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.24252/ecc.v7i1.13382>
- Ibda, F. (2015). Perkembangan kognitif: Teori jean piaget. *Intelektualita*. 3(1), 27-38. <https://jurnal.arraniry.ac.id/index.php/intel/article/view/197>
- Indriyani, M. (2014). Pemaknaan Pemaknaan khalayak pada isi pesan fan fiction tema yaoi/boysloveline di website asian fan fiction. *Ilmu Komunikasi*, 2(3), 14.
- Kohnen, W. (2011). The New Korea: An Inside Look at South Korea's Economic Rise. In *Quality Management Journal* (Vol. 18, Issue 2). <https://doi.org/10.1080/10686967.2011.11918316>
- Pramita, Y., & Harto, S. (2016). Pengaruh Hallyu Terhadap Minat Masyarakat Indonesia Untuk Berwisata Ke Korea Selatan. *Universitas Riau Kampus Bina Widya Km*, 3(2), 23430. www.antaraneews.com/berita/483021/
- Putri, D. (2013). Hubungan Intensitas Menonton Tayangan Drama Seri Korea di Televisi dan Motif Menonton Tayangan Drama Seri Korea di Televisi dengan Perilaku Berpakaian Remaja. *Undip*, 4(3), 1–2. <http://fejournal.ilkom.fisipunmul.ac.id>

- Korean culture and information service. (2011) The Korean wave: A new pop culture phenomenon. <http://biznetasia.com/wpcontent/uploads/2011/09/The-KoreanWave-A-New-Pop-CulturePhenomenon.pdf>
- Lee, E. S., (2002) A study of the popular “Korean Wave” in China. *Journal of Literature and Film* 3(2): 31–59.
- Puspitasari, Wulan., Hermawan, Yosafat., 2013. Gaya Hidup Penggemar K-Pop (Budaya Korea) dalam Mengekspresikan Kehidupannya Studi Kasus K-Pop Lovers di Surakarta. *Sosialitas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Sosiologi-Antropologi. Jurnal Universitas* 11 Maret. [https://www.neliti.com/publications/13615/ gaya-hidup-penggemar-k-pop-budayakorea-dalam-mengekspresikankehidupannya-studi#cite](https://www.neliti.com/publications/13615/gaya-hidup-penggemar-k-pop-budayakorea-dalam-mengekspresikankehidupannya-studi#cite)
- Ridaryanthi, Melly. (2014). Bentuk Budaya Populer dan Konstruksi perilaku Konsumen Studi Terhadap Remaja. *Jurnal Visi Komunikasi* Volume 13, No. 01, Mei 2014: 87-104. <https://media.neliti.com/media/publications/142786-ID-bentuk-budaya-populer-dankonstruksi-per.pdf>
- Rizqi, A. (2014). Tren Mode Remaja Putri Studi Analisis Isi Produksi Pesan Rubik Mode Majalah Gadis Dalam Pembentukan Tren Mode Remaja Putri Tahun 2011. Ratna, D. (2003). Perkembangan gaya pakaian perempuan Jawa di Kota Yogyakarta pada awal abad XX sampai akhir masa kolonial.
- Syam, H. M. (2015). Globalisasi media dan penyerapan budaya asing pada pengaruh budaya populer korea di kalangan remaja kota banda aceh. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 5470.
- Ulfianti, S. (2012). Fanatisme remaja Indonesia pada korean wave. *Jurnal Artikel Korean Wave*, 1(1).
- Utamingtias, W., Ishartono, & Hidayat, E. N. (2016). Coping stres karyawan dalam menghadapi stres kerja. *Prosiding Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*. <https://doi.org/https://doi.org/10.24198/jppm.v3i2.13649>
- Wilson, T. D. (2009). Anti and pro immigrant entrepreneurs labeling theory revisited. *Aztlan: Journal of Chicago Studies*, 34, 135-154. <https://eric.ed.gov/?id=EJ868528>