

# Studi Netnografi Deteritorialisasi Budaya *Hallyu* di Kalangan Penggemar Drama Korea

Meita Nur Maulidya<sup>1\*</sup>, Medhy Aginta Hidayat<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

## ARTICLE INFO

### Article history:

Received 20 Oktober 2023  
Accepted 30 November 2023  
Available online 31  
Desember 2023

### Kata Kunci:

Deteritorialisasi; *Hallyu*;  
Difusi; Penggemar, Drama  
Korea

### Keywords:

*Deterritorialization*; *Hallyu*;  
*Diffusion*; Fans, Korean  
Drama

## ABSTRAK

Artikel ini bertujuan mengkaji fenomena deteritorialisasi budaya *Hallyu* di kalangan penggemar drama Korea pada grup Facebook *K-Drama Lovers Indonesia*. Budaya *Hallyu* yang tersebar luas melalui proses globalisasi membuat batas-batas geografis negara dan budaya menjadi semakin samar dan menyebabkan fenomena yang dikenal sebagai deteritorialisasi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan netnografi. Teknik pengumpulan data menggunakan e-observasi, wawancara online dan dokumentasi. Data dianalisis dengan menggunakan teori difusi budaya dari Everett Rogers. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa proses deteritorialisasi budaya *Hallyu* terutama melalui penayangan drama Korea (*K-Drama*) telah mendorong terjadinya difusi budaya antara budaya lokal Indonesia dan budaya *Hallyu* Korea dimana budaya Korea cenderung lebih dominan dibanding budaya

Indonesia. Kesimpulan penting penelitian ini adalah bahwa penyebaran budaya *Hallyu* di kalangan penggemar drama Korea di Indonesia telah menghasilkan dampak deteritorialisasi budaya dimana salah satu eksekutifnya dapat mengancam eksistensi budaya-budaya lokal Indonesia. Hasil penelitian ini memberikan implikasi praktis perihal perlunya upaya menjaga eksistensi budaya-budaya lokal Indonesia dengan memanfaatkan teknologi dan media-sosial di tengah fenomena deteritorialisasi melalui tayangan-tayangan budaya populer, tidak hanya dari Korea, yang semakin sulit dihindari.

## ABSTRACT

*This article aims to examine the phenomenon of deterritorialization of Hallyu culture among Korean drama fans in the Facebook group K-Drama Lovers Indonesia. Hallyu culture that is widespread through the process of globalization, makes the geographical boundaries of countries and cultures increasingly vague and causes a phenomenon known as deterritorialization. This research uses a qualitative method with a netnography approach. Data collection techniques used e-observation, online interviews, and documentation. The data were analyzed using Everett Rogers' theory of cultural diffusion. The results of this study show that the deterritorialization process of Hallyu culture, especially through the broadcast of Korean dramas (K-Drama), has encouraged cultural diffusion between Indonesian local culture and Korean Hallyu culture where the Korean culture tends to be more dominant than the Indonesian culture. The important conclusion of this research is that the spread of Hallyu culture among Korean drama fans in Indonesia has resulted in the impact of cultural deterritorialization where one of the negative excesses can threaten the existence of Indonesian local cultures. The results of this study provide practical implications regarding the need to maintain the existence of Indonesian local cultures by utilizing technology and social media in the midst of the deterritorialization phenomenon through popular culture shows, not only from Korea, which is increasingly difficult to avoid.*

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Pendidikan Ganesha.



\* Corresponding author.

E-mail addresses: [medhy.hidayat@gmail.com](mailto:medhy.hidayat@gmail.com)



## 1. Pendahuluan

Globalisasi telah menciptakan perubahan sosial secara besar-besaran terhadap berbagai bidang kehidupan masyarakat. Dengan kemajuan teknologi, terbuka berbagai peluang bagi setiap anggota masyarakat untuk mengeksplorasi dunia luar dengan mudah dan cepat. Tidak dapat dipungkiri bahwa perkembangan teknologi yang disertai dengan proses globalisasi telah menambah kompleksitas kehidupan masyarakat, terutama bagi masyarakat Indonesia yang dikenal dengan heterogenitas berbagai aspek sosial dan budayanya (Tomlinson, 2007).

Indonesia memiliki banyak karakter budaya lokal yang merupakan ciri khas dan menjadi identitas masyarakat lokal (Ismail, 2011). Namun, popularitas budaya lokal di Indonesia dewasa ini semakin mendapatkan ancaman terutama di kalangan generasi muda. Perkembangan teknologi menyebabkan masuknya nilai-nilai baru, kebiasaan-kebiasaan baru serta pengetahuan-pengetahuan baru ke dalam masyarakat Indonesia. Adanya kemudahan akses yang ditawarkan oleh arus globalisasi ini membuat hal-hal baru tersebut menjelma membentuk suatu budaya baru yang banyak menarik perhatian masyarakat Indonesia. Budaya baru tersebut dikenal dengan istilah budaya populer. Budaya populer merupakan budaya yang disukai secara luas oleh banyak orang (Storey, 2010).

Perkembangan teknologi telah menyebabkan masuknya nilai budaya baru, kebiasaan baru serta pengetahuan-pengetahuan baru di dalam masyarakat Indonesia. Salah satu bentuk budaya baru yang merasuk ke Indonesia adalah budaya *Hallyu* dari Korea Selatan. Budaya *Hallyu* atau juga dikenal sebagai *Korean Wave* merupakan produk globalisasi budaya dari negara Korea Selatan yang berekspansi di berbagai negara, termasuk Indonesia. Bentuk penyebaran budaya *Hallyu* ini berupa film, drama, musik, *fashion*, *skincare*, makanan, hingga pernak-pernik budaya lainnya yang dengan sengaja mengangkat budaya Korea dengan tujuan agar dikenal dan diterima oleh negara-negara lain (Nastiti, 2010). Budaya *Hallyu*, mulai dari *K-Drama*, *K-Pop*, *K-Movie*, *fashion style*, *skincare*, bahasa, dan bahkan makanan Korea pun kini mulai banyak digandrungi oleh generasi muda Indonesia.

Saat ini akses untuk menonton drama Korea semakin mudah melalui internet dan bahkan cukup dengan menggunakan *handphone*. Faktor ini merupakan salah satu bagian penting dalam mendongkrak popularitas budaya *Hallyu* di Indonesia. Tahun 2021 Indonesia menduduki peringkat keempat sebagai negara dengan penggemar budaya *Hallyu* terbanyak di dunia (Henry, 2021). Keberadaan budaya *Hallyu* menimbulkan proses deteritorialisasi yang dapat mempengaruhi popularitas budaya lokal Indonesia di kalangan masyarakat, terutama para penggemar drama Korea. Proses deteritorialisasi ini mengakibatkan batas-batas budaya suatu negara menjadi samar dan tercipta suatu keadaan di mana ciri khas dan perbedaan budaya perlahan memudar (Tomlinson, 2007). Secara tidak sadar para penggemar drama Korea akan melihat, memahami, dan merasakan waktu, ruang, dan identitas orang lain (Appadurai, 2004). Banyak nilai-nilai budaya *Hallyu* Korea yang diselipkan ke dalam tayangan drama Korea. Selama menonton tayangan drama Korea, penggemar drama Korea sedikit banyak akan terpengaruh oleh nilai-nilai budaya yang terselip dalam drama Korea.

Realitas tersebut menggambarkan bahwa budaya *Hallyu* begitu digandrungi oleh masyarakat Indonesia, khususnya para penggemar drama Korea. Secara perlahan realitas tersebut akan mengakibatkan terjadinya proses deteritorialisasi dan menimbulkan pertanyaan tentang bagaimana proses deteritorialisasi budaya *Hallyu* di kalangan penggemar drama Korea di Indonesia berlangsung. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, artikel ini bertujuan menjelaskan bagaimana terjadinya proses deteritorialisasi budaya *Hallyu* di kalangan penggemar drama Korea di Indonesia dengan menggunakan teori difusi inovasi dari Everett Rogers.

## 2. Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah netnografi. Metode netnografi merupakan pendekatan etnografi pada komunitas dan budaya di internet. Metode ini menggantikan studi lapangan dengan komunikasi berbasis online melalui internet (Kozinets, 2015). Netnografi juga dilakukan untuk merefleksikan implikasi dari komunikasi yang termediasi di internet (Kuswarno, 2008). Pendekatan netnografi lebih *naturalistic* dibandingkan survei,

model kuantitatif maupun diskusi kelompok terfokus (Bakry, 2017). Data netnografi dalam penelitian ini diperoleh melalui e-observasi dan wawancara mendalam secara *online* yang melibatkan 12 informan penggemar drama Korea yang merupakan anggota grup *Facebook K-Drama Lovers Indonesia*. Grup *Facebook K-Drama Lovers Indonesia* merupakan grup yang beranggotakan orang-orang dengan kegemaran yang sama yaitu menonton drama Korea. Grup ini dibuat oleh Michael (nama akun *Facebook*) sejak Juli 2020 dan kini telah beranggotakan sebanyak 80 ribu anggota yang berasal dari berbagai wilayah di Indonesia (Rohayati, 2023).

Informan dalam penelitian ini dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan memperhatikan kriteria sebagai berikut: (1) penggemar drama Korea dan sudah menonton drama Korea minimal 10 judul drama Korea; (2) memiliki akun media sosial dan aktif di media sosial seperti *Facebook*, *Instagram* dan lain-lain; dan (3) menjadi anggota aktif grup *K-Drama Lovers Indonesia*. Wawancara secara daring dilakukan melalui *inbox Facebook*, *WhatsApp message* dan *WhatsApp call*, dengan setiap wawancara berdurasi antara satu hingga dua jam.

Hasil data wawancara yang diperoleh selanjutnya ditranskripsi dan dilakukan *coding* untuk mempermudah proses analisis data. Analisis data dilakukan pada data hasil wawancara atau data primer dan juga hasil studi kepustakaan atau data sekunder. Proses analisis data dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengkoordinasikan data, memilih memilahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain (Moleong, 2017). Setelah data ditranskripsi, dilakukan reduksi data yang dirasa tidak perlu dan selanjutnya dilakukan pengkodean sesuai data jawaban yang paling sering muncul dalam hasil wawancara. Temuan berupa tema-tema ini selanjutnya dikelompokkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Dari data-data yang telah terkumpul selanjutnya dilakukan penarikan kesimpulan dan kemudian kesimpulan tersebut diverifikasi validitasnya. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan dapat berubah jika tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya (Sugiyono, 2016).

Selanjutnya, data hasil wawancara yang telah dikelompokkan berdasarkan tema-tema tertentu dijelaskan dan diinterpretasikan dengan bantuan teori yang telah dipilih, yakni teori difusi inovasi dari Everett Rogers (Rogers, 2003). Selain itu, temuan penelitian ini juga dibandingkan dengan dengan hasil-hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh sejumlah peneliti lain. Dari proses analisis data secara dialektis ini selanjutnya peneliti mengambil kesimpulan untuk menjawab pertanyaan penelitian tentang bagaimana proses deterritorialisasi budaya *Hallyu* di kalangan penggemar drama Korea di Indonesia.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini menggunakan teori difusi inovasi dalam mengkaji bagaimana proses deterritorialisasi budaya *Hallyu* yang terjadi di kalangan penggemar drama Korea, khususnya pada anggota grup *K-Drama Lovers Indonesia*. Difusi inovasi merupakan teori yang pertama kali dikembangkan oleh Everett Rogers, seorang sosiolog. Teori difusi inovasi menjelaskan tentang proses penyebaran dari suatu pembaharuan yang biasanya berupa kebudayaan, teknologi hingga ide, dari satu pihak ke pihak yang lain (Haryadi, 2018). Dalam teori difusi inovasi banyak hal yang menyebar dalam proses difusi seperti nilai, konsep, gagasan, pengetahuan, praktik, perilaku, materi dan juga simbol. Difusi inovasi merupakan salah satu cara utama bagi masyarakat modern dalam mengembangkan budaya mereka (Sutjipto, 2019).

Fenomena menjamurnya budaya *Hallyu* di kalangan penggemar drama Korea di Indonesia menunjukkan adanya proses deterritorialisasi budaya yang disebabkan oleh prospek budaya yang mulai melemah karena batas-batas budaya mulai tersamarkan oleh arus globalisasi. Keberadaan internet dan telepon genggam yang memungkinkan terjadinya komunikasi tanpa harus disertai perpindahan fisik turut mendorong terjadinya proses deterritorialisasi budaya (Tomlinson, 2007).

### Sejarah Budaya *Hallyu* Korea Selatan

Munculnya budaya *Hallyu* bukan sebuah kebetulan semata. Budaya *Hallyu* merupakan sebuah gelombang besar yang berangkat dari sebuah ideologi politik ekonomi yang dibalut oleh budaya dan disebarkan dalam bentuk hiburan berupa *K-Drama*, *K-Pop*, *K-Fashion*, *K-Movie*, *Hansik* (makanan khas Korea) hingga pernak-pernik budaya Korea lainnya. *Hallyu* merupakan sebuah kekuatan lunak (*soft-power*) dimana kekuatan ini mampu membuat setiap orang akan mengikuti budaya ini dan mampu menyaingi eksistensi budaya Barat.

Istilah *Hallyu* mulai dikenal oleh dunia ketika salah satu media massa milik China memperkenalkan fenomena kepopuleran produk-produk drama Korea di negara China. Fenomena tersebut menciptakan sebuah ledakan besar lalu muncullah istilah *Hallyu* atau *Korean Wave*. Pada tahun 1998 drama Korea berjudul "*What Is Love All About*" berhasil menciptakan sejarah dalam pertelevisian China dengan mencapai *rating* tertinggi jumlah penonton drama televisi. Sejak saat itu keberadaan drama Korea di China mulai banyak meraih keberhasilan (Mahayana, 2013).

Tidak hanya di negara China, arus persebaran drama Korea juga meluas hingga ke negara-negara lain. Pada tahun 2003, *Korean Wave* atau *Hallyu* mulai menjamur di negara-negara lain seperti Jepang, Amerika Serikat, Iran, Yordania, Mesir, Hongkong, Filipina, Taiwan, Singapura, Vietnam, Thailand, hingga Indonesia (Mahayana, 2013). Di Indonesia sendiri, budaya *Hallyu* mulai berkembang sejak tahun 2002 melalui tayangnya drama Korea populer berjudul *Endless Love*. Semakin hari popularitas drama Korea di Indonesia semakin berkembang pesat ketika drama serial *Jewel in the Palace* tayang di pertelevisian Indonesia (lihat Gambar 1).



Gambar 1. Sampul drama serial *Jewel In The Palace*  
(Sumber : Facebook, 2023)

Faktor penyebab keberhasilan dalam penayangan drama Korea di pasar dunia hiburan pertelevisian di latarbelakangi oleh inovasi *genre* yang dibawa oleh drama Korea. Drama Korea dikemas sebegitu *trendi* dan modern menyajikan tayangan dengan visualitas yang memanjakan mata para penikmat drama Korea. Drama Korea juga menyertakan sentuhan nilai-nilai budaya asli mereka seperti Konfusianisme, serta berbagai warisan tradisi kultur budaya-budaya unik menjadi ciri khas yang mengandung daya tarik tersendiri bagi para penggemar drama Korea. Hingga saat ini budaya *Hallyu* berkembang pesat tidak hanya pada bidang industri tayangan drama Korea/*K-Drama*. Keberhasilan tersebut memunculkan sebuah strategi industri kreatif lain yang dimanfaatkan oleh pemerintah Korea Selatan untuk memajukan perkembangan perekonomian Korea Selatan.

### Media Penyebaran Budaya *Hallyu* dalam Drama Korea

Media penyebaran budaya *Hallyu* menjadi kunci yang juga penting dalam suksesnya eksistensi budaya *Hallyu* hingga saat ini. Pada awal pertama penayangan drama Korea, media

penyebaran yang dipakai tidak sebanyak pada era globalisasi. Tahun 1900-an drama Korea hanya bisa diakses melalui saluran televisi dan CD/DVD yang diperjualbelikan bahkan direntalkan. Internet muncul membawa perubahan bagi berbagai sektor kehidupan masyarakat termasuk dalam pemasaran produk *Hallyu*. Sekarang masyarakat khususnya para penggemar drama Korea dapat dengan mudah mengakses drama Korea di *handphone* menggunakan internet. Ketersediaan media sosial dan *platform-platform* online membuat para penggemar drama Korea dapat dengan mudah menonton drama Korea. Selain itu, perkembangan teknologi juga menyebabkan penyebaran budaya *Hallyu* semakin cepat di dalam masyarakat Indonesia. Hal demikian juga terjadi pada grup *Facebook K-Drama Lovers Indonesia* yang menjadi media difusi inovasi tempat dimana fenomena deterritorialisasi budaya *Hallyu* di kalangan penggemar drama Korea di Indonesia berlangsung.

Grup *Facebook K-Drama Lovers Indonesia* merupakan tempat berkumpulnya penggemar drama Korea dalam bertukar informasi dan saling berinteraksi. Di sinilah proses difusi inovasi budaya *Hallyu* berlangsung. Grup *Facebook K-Drama Lovers Indonesia* merupakan media untuk mendapatkan berbagai informasi mengenai budaya *Hallyu* khususnya *update* terbaru drama Korea. Informasi ini dapat berupa tautan *Youtube*, *TikTok*, atau berupa gambar dan tulisan. Postingan atau konten yang dibahas dalam grup *Facebook K-Drama Lovers Indonesia* mayoritas adalah tentang drama-drama Korea terbaru. Terkadang grup *Facebook K-Drama Lovers Indonesia* juga membahas beberapa drama Korea lama. Selain media untuk saling menginformasikan drama Korea, grup *Facebook K-Drama Lovers Indonesia* juga menjadi tempat para penggemar drama Korea untuk berdiskusi seputar artis-artis Korea. Ada momen saat anggota grup membicarakan tentang drama Korea yang sedang tayang *on going* ataupun drama lama yang sudah selesai (lihat Gambar 2)



Gambar 2. Anggota grup Korea grup *Facebook K-Drama Lovers Indonesia* sedang mencari informasi mengenai drama Korea terbaru untuk ditonton  
(Sumber: dokumentasi penulis, 2023)

Tak sedikit pula isi grup yang membahas mengenai gosip artis-artis Korea ter-*update*. Dari konten dan berbagai macam bahasan dalam grup tersebut terdapat beberapa pembahasan mengenai budaya lokal masyarakat Korea. Nilai-nilai dan kebiasaan-kebiasaan masyarakat Korea selalu menjadi topik menarik bagi para anggota grup. Bahkan mayoritas anggota grup banyak yang menggunakan bahasa Korea (*Hangeul*) ketika berinteraksi dalam grup *Facebook K-Drama Lovers Indonesia*. Hal tersebut tidak lepas dari pengaruh tayangan drama Korea yang sangat sering mereka tonton.

### **Budaya *Hallyu* dan Tayangan Drama Korea di Indonesia**

Drama Korea pada dasarnya sama seperti tayangan drama lainnya atau jenis tayangan yang sengaja ditampilkan untuk menghibur penonton melalui cerita yang disampaikan. Dalam sebuah tayangan drama biasanya terselip pesan tertentu yang dibalut dengan cerita yang menarik. Penonton seringkali tidak sadar bahwa setelah menonton sebuah tayangan drama mereka akan terpengaruh. Drama Korea merupakan produk *Hallyu* yang menjadi wadah untuk

memperkenalkan budaya lokal Korea kepada dunia. Ketika menonton drama Korea para penonton bisa banyak mengetahui berbagai informasi dan hal baru seputar *Hallyu* dan kebiasaan masyarakat asli Korea. Hal ini sangat memungkinkan karena dalam tayangan drama Korea sering memasukkan unsur pengenalan budaya *Hallyu* seperti *K-Pop*, *K-Fashion*, *K-Food*, *K-Beauty*, maupun budaya lokal Korea lainnya. Seluruh informan dalam penelitian ini menyatakan bahwa terdapat unsur pengenalan budaya *Hallyu* di dalam tontonan drama Korea. Beberapa informan mengaku mulai mengetahui beberapa kebiasaan masyarakat Korea dalam kehidupan sehari-hari seperti kebiasaan makan, berbicara, bahkan hingga ada yang mengetahui beberapa adat istiadat yang berlaku di masyarakat Korea setelah menonton drama Korea:

*"Yang paling sering aku lihat itu budaya menyapa. Kalau cowok biasanya identik dengan salaman. Kalau sesama cewek biasanya bungkukin badan gitu. Terus budaya festival mereka kuliner. Tatacara mereka makan ada banyak, kalau kita cari detail kecilnya ada di film-filmnya" (wawancara dengan informan Hamdi).*

### **Difusi Inovasi dalam Proses Deteritorialisasi Budaya *Hallyu* di Indonesia**

Unsur pengenalan budaya *Hallyu* dalam tayangan drama Korea dan didukung oleh keberadaan media sosial termasuk grup *Facebook K-Drama Lovers Indonesia* menjadi salah satu penyebab terjadinya fenomena deteritorialisasi. Budaya *Hallyu* dibawa oleh proses difusi budaya dalam tayangan drama Korea maupun aktivitas yang terdapat dalam grup *Facebook K-Drama Lovers Indonesia*. Fenomena deteritorialisasi dapat dilihat dan dikaji melalui teori difusi inovasi dimana dalam teori ini dijelaskan bagaimana suatu inovasi, gagasan termasuk budaya baru menyebar melalui masyarakat dan menyebabkan pengaruh bagi nilai-nilai dan perilaku dalam masyarakat akibat runtuhnya batas geografis. Budaya *Hallyu* masuk dan tersebar keluar teritorial asal (Korea Selatan) dibawa oleh arus globalisasi melalui jaringan internet. Budaya *Hallyu* yang dibawa oleh tayangan drama Korea mampu menembus batas-batas geografis dan menjadi populer bersaing dengan budaya lokal Indonesia.

### **Prinsip Deteritorialisasi Budaya *Hallyu* dalam Teori Difusi Inovasi**

Dalam teori difusi inovasi, proses masuknya budaya *Hallyu* ke Indonesia terjadi karena proses deteritorialisasi budaya *Hallyu* di kalangan penggemar drama Korea memenuhi prinsip-prinsip difusi inovasi budaya. Prinsip pertama dalam teori difusi inovasi adalah masyarakat yang meminjam unsur budaya lain akan membuat unsur budaya lain tersebut menjadi unsur yang sesuai dengan budaya mereka sendiri (Rogers, 2003: 150). Dengan kata lain, para penggemar drama Korea akan meminjam dan mengadopsi budaya *Hallyu* sesuai dengan budaya mereka sendiri. Prinsip kedua bahwa hanya unsur-unsur budaya *Hallyu* yang sesuai dengan budaya lokal para penggemar drama Korea yang akan dipakai. Ketika difusi budaya terjadi, para penggemar drama akan meminjam budaya *Hallyu* dalam kehidupan sehari-hari apabila budaya tersebut sesuai dengan nilai-nilai budaya lokal Indonesia yang ada di tempat tinggal mereka (Rogers, 2003: 151):

*"Iya awalnya karena ceritanya bagus, terus tertarik deh, dan mulai mutusin buat pakek. Yah, asal sesuai dengan nilai-nilai kita. Nah itu, kan perlu disaring dulu gak semuanya dipakek" (wawancara dengan informan Uni).*

Prinsip ketiga bahwa unsur-unsur budaya *Hallyu* yang tidak sesuai dengan nilai-nilai budaya asli para penggemar drama Korea akan ditolak. Hal ini karena tidak semua budaya *Hallyu* dalam tayangan drama Korea cocok atau sesuai dengan budaya asli para penggemar drama Korea di Indonesia. Prinsip keempat bahwa unsur-unsur budaya *Hallyu* akan diterima jika bermanfaat. Penggemar drama Korea dapat dengan mudah menerima unsur-unsur budaya *Hallyu* dikarenakan terdapat hal-hal positif di dalam budaya *Hallyu* yang mereka ketahui setelah menonton tayangan drama Korea. Prinsip kelima bahwa para penggemar drama Korea yang

menerima unsur-unsur budaya *Hallyu*, kemungkinan akan meminjam-ulang unsur-unsur budaya tersebut di masa depan.

### **Faktor-Faktor Kunci Deteritorialisasi Budaya *Hallyu* di Indonesia**

Saat ini keberadaan budaya *Hallyu* kian hari kian berkembang pesat dan menunjukkan eksistensinya di samping budaya lokal Indonesia. Hal ini selaras dengan tanggapan mayoritas informan penggemar drama Korea dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa budaya *Hallyu* kini lebih populer di kalangan masyarakat, terutama di kalangan generasi muda, ketimbang budaya lokal:

*“Kalo menurut saya yang paling banyak digandrungi yah budaya Hallyu. Kayak fashion, makanannya, anak-anak muda lebih nge-kiblat ke Korea. Termasuk saya juga misal ngopi bareng temen-temen, cari makanannya itu yang berbau Korea-Korea gitu, kaya Topoki. Terus kalo tarian tradisional, yah masih ada yang suka tapi banyak yang lebih suka dance nge-cover K-Pop, karena yah keseringan kehidupan sehari-hari mereka sering nonton Korea. Sama juga banyak influencer juga banyak yang bahas masalah konten-konten Korea, jadi ikutan tertarik. Sekarang lebih populeran Hallyu, ya. Yang suka lokal biasanya orang-orang tua. Kalo seumuran kita cuma sekedar ngikut, tapi gak terlalu tahu tentang tradisi budaya yang dilakukan” (wawancara dengan informan Yuyun).*

Budaya *Hallyu* yang sangat populer di kalangan penggemar drama Korea berdasarkan hasil penelitian ini adalah *K-Drama, K-Pop, K-Fashion, serta K-Food*. Merujuk Rogers (2003: 161), jika ditinjau dari teori difusi inovasi, terdapat empat faktor kunci yang mempengaruhi proses deteritorialisasi budaya *Hallyu* di kalangan penggemar drama Korea di Indonesia. Faktor yang pertama adalah karakteristik budaya *Hallyu*. Budaya *Hallyu* memiliki karakteristik yang mampu menarik perhatian para penikmatnya secara tidak sadar. Menurut Rogers, karakteristik inovasi ini juga sangat mempengaruhi tingkat kecepatan adopsi inovasi di masyarakat. Inovasi yang dianggap mudah diterima, digunakan dan bermanfaat, akan lebih cepat diadopsi (Rogers, 2003: 161). Budaya *Hallyu* didesain sedemikian rupa dengan penyajian yang *fresh*, kekinian, mudah ditiru oleh masyarakat, khususnya para penggemar drama Korea:

*“Ada beberapa yang aku suka, kayak fashion-nya, karena mungkin aku bosan sama gaya fashion yang udah biasa aku lihat. Jadi pas lihat fashion dari Korea kayak suka aja. Bagus, tapi gak lebay dilihatnya. Kalo kulinernya karena pas nyoba enak aja gitu di lidah. Baru nyoba di beberapa, sih. Baju tradisionalnya, Hanbok, aku suka sih, kayak bagus, lucu gitu” (wawancara dengan informan Eva).*

Faktor yang kedua adalah saluran komunikasi budaya *Hallyu*. Saluran inovasi merupakan faktor terpenting dalam suksesnya proses deteritorialisasi melalui penyebaran budaya *Hallyu*. Saluran komunikasi menjadi alat difusi inovasi. Melalui saluran komunikasi ini deteritorialisasi *Hallyu* bisa berlangsung. Saluran komunikasi yang dipakai dalam proses deteritorialisasi budaya *Hallyu* di Indonesia pada awalnya adalah jaringan televisi. Namun, saat ini saluran komunikasi difusi inovasi ini sudah berganti ke jaringan internet, meskipun saluran televisi hingga sekarang masih tetap ada. Internet menjadi saluran komunikasi yang sangat efektif bagi budaya *Hallyu* untuk menyebar secara cepat ke berbagai negara. Lebih jauh, saluran komunikasi yang mempermudah proses deteritorialisasi budaya *Hallyu* saat ini terutama adalah media sosial seperti *Facebook, Instagram, Telegram, TikTok* dan *platform-platform* seperti *Viu, Netflix, weTV*, dan banyak yang lainnya.

Faktor yang ketiga adalah jangka waktu adopsi inovasi. Faktor ini menyangkut waktu yang dibutuhkan bagi proses adopsi inovasi budaya *Hallyu* di kalangan penggemar drama Korea di Indonesia. Faktor jangka waktu mempengaruhi cepat atau lambatnya proses difusi inovasi budaya *Hallyu*. Proses deteritorialisasi budaya *Hallyu* di kalangan generasi muda cenderung membutuhkan waktu yang singkat dikarenakan mereka cenderung lebih terbuka untuk hal-hal baru. Faktor yang terakhir dalam proses deteritorialisasi budaya *Hallyu* adalah interaksi di kalangan para penggemar drama Korea di Indonesia. Penggemar drama Korea di Indonesia



cenderung memiliki pola interaksi yang terbuka terhadap hal-hal baru. Karena mayoritas informan terdiri dari generasi muda, maka proses deterritorialisasi budaya *Hallyu* cenderung mudah dengan pola interaksi antarpenggemar yang sering saling *share* informasi mengenai drama Korea sehingga semakin mempermudah proses deterritorialisasi budaya *Hallyu* di kalangan penggemar drama Korea di Indonesia.

### **Tahap-Tahap Deterritorialisasi Budaya *Hallyu* di Indonesia**

Deterritorialisasi budaya mencerminkan suatu konsep perubahan sosial akibat adanya globalisasi dan perkembangan teknologi. Hal ini mengarah pada adanya suatu proses dimana suatu budaya tidak lagi terikat oleh letak geografis secara eksklusif. Kehadiran teknologi di bidang komunikasi yang semakin kuat mampu menciptakan suatu keadaan dimana batas-batas geografis semakin tersamarkan oleh jaringan internet (Tomlinson, 2007:159). Proses deterritorialisasi budaya *Hallyu* dalam proses difusi inovasi Everett Rogers terdiri dari lima tahap.

Tahap pertama adalah pengetahuan/*knowledge*. Dalam tahap ini proses difusi budaya *Hallyu* berkaitan dengan kesadaran para penggemar drama Korea khususnya informan penelitian ini akan keberadaan budaya *Hallyu*. Hal ini biasanya diawali ketika informan mulai mengenal dan mengetahui budaya *Hallyu* dari proses menonton atau ketika menggunakan media sosial. Beberapa informan penelitian ini memaparkan mulai mengetahui budaya *Hallyu* dari internet, orang terdekat, hingga dari orang asli Korea. Tahap kedua yakni persuasi/*persuasion*. Tahap ini berkaitan dengan adanya sikap minat bagi budaya *Hallyu* yang semakin meningkat dan adanya keinginan untuk meneliti lebih lanjut atau malah sebaliknya menolak keberadaan budaya *Hallyu* tersebut. Mayoritas penggemar drama Korea tertarik dan menunjukkan minat terhadap budaya *Hallyu*, namun ada juga beberapa penggemar drama Korea yang tidak begitu menyukai budaya *Hallyu* dikarenakan merasa tidak cocok dengan budaya atau kebiasaan tersebut:

*“Kek fashion yang agak sedikit terbuka kadang kan dinilai ga cocok tuh. Terus ga cocok juga sama budaya bully tuh. Bener-bener sampe pusing kalau liat drakor tentang pembulian, belum lagi kadang kisah nyata. Budaya kek minum-minum terus karaokean sebenarnya juga aku ga suka. Yang aku suka tuh lebih ke yang hampir sama kek punya kita, keseharian, kek kesopanan pas nyapa, bahasa yang sopan kalau sama stranger kek gitu” (wawancara dengan informan Uswa).*

Tahap ketiga adalah keputusan/*decision*. Di tahap ini penggemar drama Korea mulai memutuskan untuk pro atau kontra terhadap inovasi yang ada. Ini merupakan kunci dari proses difusi budaya *Hallyu* karena pada langkah ini penentuan bagi budaya *Hallyu* akan dipakai atau tidak oleh para penggemar drama Korea. Mayoritas penggemar drama Korea dalam penelitian ini memutuskan untuk memakai dan mengaplikasikan budaya *Hallyu* dan juga beberapa kebiasaan orang Korea dalam sehari-hari, mulai dari cara berpakaian, gaya bahasa, ketertarikan terhadap makanan Korea dan gaya makan *ala* Korea. Ketika keputusan diambil, bagi yang pro akan mulai masuk ke dalam proses deterritorialisasi, dari transfer budaya yang dihasilkan oleh difusi inovasi budaya *Hallyu*. Penggemar yang kontra terhadap budaya *Hallyu* biasanya tetap menonton drama Korea tanpa memakai atau mengaplikasikan budaya *Hallyu* di dalam kehidupan sehari-hari:

*“Aku enggak ya, jadi cuman sekedar jadi tontonan aja. Nggak ada yang aku aplikasikan ke kehidupan aku. Meskipun itu dari makanan, pakaian ataupun budaya nggak ada yang ku terapkan” (wawancara dengan informan Maghfiroh).*

Tahap keempat adalah pelaksanaan/*implementation*. Setelah memutuskan untuk menggunakan budaya *Hallyu*, maka selanjutnya adalah pengimplemantasian atau penerapan budaya *Hallyu*. Para penggemar drama Korea yang tertarik pada budaya *Hallyu* dan memutuskan untuk menggunakan budaya *Hallyu* mulai mengimplematasikan ke dalam kehidupan sehari-hari. Sebanyak 11 penggemar drama Korea dalam penelitian ini memutuskan untuk mencoba budaya *Hallyu*, seperti memakai *style fashion ala K-Fashion* hingga tertarik belajar kosa kata bahasa

Korea dengan membuat catatan kamus kecil bahasa Korea/*Hangeul* setelah menonton drama Korea:

*"Aku ngaplikasiinnya lewat busana K-Fashion atau kadang ke temen yang sesama pecinta Korea juga kuselipkan bahasa Korea dikit. Jadi nonton dulu awalnya yah baru niruin, sampe-sampe ya dulu aku nulis di buku bahasa baku yang sering di pake kayak makan, minum, bibi, paman, pergi, sekolah, aku, kamu dll. Tapi aku lupa bukunya sudah ada dimana. Bikin kamus kecil di buku catatan biar tahu bahasa Korea" (wawancara dengan informan Maulidina).*

Tahap terakhir adalah konfirmasi/*confirmation*. Para penggemar drama Korea dalam penelitian ini yang telah memutuskan untuk mengadopsi dan sudah menerapkan budaya *Hallyu* selanjutnya mulai mengevaluasi dan memutuskan untuk melanjutkan memakai budaya *Hallyu* tersebut atau tidak.

### **Dampak Deteritorialisasi Budaya *Hallyu* di Indonesia**

Fenomena deteritorialisasi budaya *Hallyu* di kalangan penggemar drama Korea di Indonesia membawa dampak atau pengaruh bagi para penggemar drama Korea, khususnya para informan penelitian ini. Pengaruh deteritorialisasi budaya *Hallyu* meliputi pengaruh positif dan negatif. Pengaruh positif deteritorialisasi budaya *Hallyu* yang dibawa oleh proses difusi budaya memungkinkan masyarakat untuk menambah wawasan. Para penggemar drama Korea khususnya informan penelitian ini dapat mengetahui banyak hal baru tentang budaya negara lain yaitu budaya *Hallyu*. Keberadaan budaya *Hallyu* yang merupakan budaya populer di tengah-tengah kehidupan masyarakat membuat para penggemar drama Korea merasa tertarik. Dan hal ini menumbuhkan rasa keingintahuan penggemar drama Korea dengan mulai banyak mencari tahu dan mulai membaca. Hal tersebut membuat bertambahnya pengetahuan para penggemar drama Korea, seperti misalnya kemampuan berbahasa Korea:

*"Banyak pecinta *Hallyu* itu bisa menemukan passion mereka dan mengasah skill mereka seperti editing, cover lagu, dance, jadi Youtuber. Nambah wawasan dan pengetahuan juga dari suka *Hallyu* bisa tahu bahasa Korea, bahkan dari suka *Hallyu* juga bisa paham bahasa Inggris, terus menumbuhkan motivasi dan semangat belajar" (wawancara dengan informan Yuyun).*

Dampak positif kedua adalah acuan strategi pemasaran budaya. *Booming-nya* budaya *Hallyu* dan kesuksesan deteritorialisasi budaya *Hallyu* di Indonesia tidak terlepas dari strategi pemasaran budaya *Hallyu* yang strategis. Hal ini bisa menjadi acuan bagi Indonesia untuk memakai strategi pemasaran budaya *Hallyu* guna memasarkan budaya lokal melalui sektor *entertainment*. Dampak positif ketiga adalah munculnya ide bisnis kreatif kekinian. Deteritorialisasi budaya *Hallyu* meningkatkan minat masyarakat terutama penggemar drama Korea terhadap produk-produk Korea mulai dari makanan, kecantikan, hingga kuliner. Hal ini menyebabkan ide bisnis *ala* Korea mulai dilirik dan memunculkan inovasi dan ide-ide baru dengan memadukan produk lokal dan gaya khas Korea. Contohnya makanan *ala* Korea yang diproduksi oleh pedagang-pedagang lokal. Ada juga perpaduan fashion antara budaya Korea dengan budaya lokal. Banyak gamis-gamis lokal yang model dan motifnya terinspirasi dengan *fashion* ala Korea:

*"Pengaruh dalam segi positif saya bisa belajar bahasa Korea, perpaduan fashion budaya Korea dengan budaya lokal, memasak kuliner budaya Korea bahkan skincare" (wawancara dengan informan Hosriawati).*

Dampak positif keempat adalah menambah lingkup pertemanan dan rasa solidaritas antar sesama penggemar budaya *Hallyu*. Seseorang akan cenderung cepat akrab dan dekat dengan orang lain ketika keduanya memiliki kegemaran yang sama. Mayoritas penyuka *Hallyu*, terutama penggemar drama Korea merupakan orang-orang yang terbuka terhadap sesama

penggemar drama Korea. Sama seperti penggemar *K-Pop* yang memiliki solidaritas tinggi terhadap sesama *K-Popers*.

Selain memberi dampak positif, deteritorialisasi budaya *Hallyu* juga menimbulkan dampak negatif. Dampak negatif yang pertama adalah muncul rasa inferior terhadap budaya lokal sendiri. Banyak generasi muda terutama penggemar *Hallyu* yang lebih menyukai budaya *Hallyu* ketimbang budaya lokal:

*“Iya budaya mulai dari gaya bahasa sehari-hari, cara berpakaian, makanan, musik, sampai kehidupan pun kebanyakan mulai meniru Korea dek Merasa inferior sama budaya sendiri dan kitanya yang ga PD sama budaya sendiri” (wawancara dengan informan Hamdi).*

Dampak negatif kedua adalah merebaknya produk-produk impor dari Korea. Fenomena deteritorialisasi budaya *Hallyu* yang paling gampang ditemui dalam kehidupan sehari-hari adalah merebaknya produk impor asal Korea di Indonesia (lihat Gambar 3).



Gambar 3. Produk Korea di salah satu tempat perbelanjaan.  
(sumber : dokumentasi penulis, 2023).

Produk impor Korea dengan gampang ditemui di gerai-gerai *outlet* supermarket, swalayan dan tempat-tempat pusat perbelanjaan lainnya. Produk yang ditawarkan beragam mulai dari makanan, pakaian, *furniture*, dan pernak pernik *Hallyu* lainnya. Beberapa *marketplace* seperti Shoppe, Lazada, Tokopedia, atau Blibli secara khusus menyediakan fitur guna mengakses produk-produk budaya *Hallyu*. Dampak negatif ketiga adalah imitasi budaya *Hallyu*. Hal ini bisa menurunkan tingkat kemampuan kreatifitas masyarakat karena terlalu banyak meniru budaya *Hallyu*. Contohnya adalah beberapa film atau drama Indonesia yang kian hari mulai mengubah kiblat dengan meniru drama Korea. Selain itu, dunia kuliner pun masyarakat Indonesia banyak yang semakin menyukai makanan Korea/*Hansik*/*K-Food*, ketimbang makanan tradisional Indonesia:

*“Tapi sekarang itu Indo juga punya series-series gitu jadi buat promosinya mungkin hampir sama kaya Drakor kalo yang series-series itu, terus kualitas tayangannya juga series Indo bagus sih mbak sekarang tapi kadang ada vibes yang kaya ke-Korea-Korea-an gitu” (wawancara dengan informan Yuyun).*

Dampak negatif keempat adalah budaya *Hallyu* mulai melokal. Diterimanya budaya *Hallyu* di Indonesia membuat perubahan sosial yang cukup signifikan. Budaya *Hallyu* mampu menciptakan pengaruh luar biasa terhadap negara lain. Bahkan bidang promosi dan periklanan produk lokal mulai memakai artis-artis Korea sebagai *brand ambassador* produk mereka (lihat Gambar 4).



Gambar 4. Iklan produk lokal yang memakai BA artis Korea.  
(sumber : dokumentasi penulis, 2023)

Salah satu diantaranya adalah aktris terkenal *K-Drama*, Lee Min Ho, yang menjadi *brand ambassador* dari produk lokal. Dampak negatif kelima adalah adanya paparan kebiasaan buruk masyarakat Korea. Dampak deteritorialisasi yang tidak kalah memprihatinkan adalah terpaparnya para generasi muda Indonesia, terutama penggemar *Hallyu*, oleh kebiasaan-kebiasaan buruk masyarakat Korea, seperti gaya hidup hedon, pergaulan bebas, budaya minum-minuman keras, hingga budaya *bullying*.

### **Pengaruh Deteritorialisasi Budaya *Hallyu* terhadap Eksistensi Budaya Lokal**

Deteritorialisasi budaya *Hallyu* juga berpengaruh terhadap eksistensi budaya lokal. Tujuan utama difusi budaya *Hallyu* adalah untuk mengenalkan budaya Korea kepada dunia salah satunya Indonesia. Deteritorialisasi budaya *Hallyu* yang dibawa oleh globalisasi mengakibatkan kebiasaan-kebiasaan asli dalam suatu masyarakat (budaya lokal) berdampingan dengan budaya hasil difusi inovasi. Pengaruh deteritorialisasi budaya *Hallyu* di kalangan penggemar drama Korea cenderung cepat dan kuat hal ini disebabkan karena dalam tayangan drama Korea banyak mengandung nilai-nilai budaya Korea yang secara apik dikemas melalui tontonan hiburan. Tanpa disadari para penggemar drama Korea mulai terpengaruh oleh nilai-nilai *Hallyuisme* dalam tayangan drama Korea yang mereka tonton. Melalui jaringan internet budaya *Hallyu* masuk menyusup ke dalam budaya lokal Indonesia dengan bentuk produk-produk *Hallyu* yang beragam dan mulai mempengaruhi pemikiran dan nilai-nilai lokal masyarakat, khususnya para penggemar drama Korea:

*“Popularitas budaya lokal makin tenggelam dek, apalagi menurut aku pengenalan atau penyebaran budaya lokal itu cenderung lebih lambat ketimbang budaya Hallyu yang bisa aku bilang itu massive dan cepet. Promosi budaya lokal aku liat kebanyakan ketika ada event atau kunjungan orang penting ke daerah. Dan untuk promosi budaya lokal menurutku cenderung gitu-gitu aja gaada terobosan baru yang lebih fresh dan dengan cara yang strategis kek budaya Hallyu atau budaya asing lain masuk ke indo” (wawancara dengan informan Hamdi).*

### **Eksistensi Budaya Lokal di Tengah Gempuran Budaya Hallyu**

Melihat besarnya pengaruh yang diciptakan oleh fenomena deteritorialisasi budaya *Hallyu* terhadap eksistensi budaya lokal diperlukan upaya-upaya untuk menjaga eksistensi budaya lokal agar tidak tenggelam dan menjadi asing di wilayah teritori sendiri. Upaya yang bisa dilakukan salah satunya adalah mencontoh strategi pemasaran budaya Korea melalui *Hallyu*. Kesuksesan penyebaran budaya *Hallyu* berdampak besar terhadap popularitas budaya Korea di berbagai belahan negara. Dalam memasarkan budaya lokal mereka memakai strategi di bidang dunia hiburan, dimana nilai-nilai lokal budaya Korea berhasil disebarluaskan. Pemerintah Korea dan para *chaebol* Korea/orang kaya Korea aktif bekerja sama dalam menyukseskan program tersebut. Budaya lokal bisa melakukan deteritorialisasi budaya balik melalui proses difusi inovasi budaya. Hal ini bisa ditempuh dengan mengkampanyekan budaya lokal melalui media internet guna menembus batas-batas geografis negara lain dengan mudah dan cepat. Indonesia bisa menjadikan strategi tersebut sebagai acuan guna menghidupkan kembali eksistensi budaya lokal Indonesia. Untuk mengubah realitas eksistensi budaya lokal ini diperlukan strategi yang benar-benar matang. Namun, diperlukan adanya kerjasama yang baik antara pihak pemerintah dengan para pegiat industri hiburan, juga mereka yang memiliki modal guna mendanai program upaya tersebut:

*“Nah kalo kita liat kan pola mereka sangat bergantung sama promosi lewat industri hiburan. Sebenarnya bisa banget sih para pegiat industri dunia hiburan mulai meleak budaya. Dengan menyelipkan pengenalan unsur budaya lokal dalam tayangan mereka. Jadi kita bisa keren dengan nampilin budaya kita, karakter kita, bukan keren dengan nyoba plagiasi atau maksain buat niru vibes ala negara luar. Kita bisa pakek aktor terbaik dan yang lagi naik daun. Tapi konten yang mereka bawain bukan lagi yang lagi tren atau viral atau nyesuain selera pasar, soalnya kalo kita nyesuain selera pasar terus, dan ga berani bikin terobosan baru, percuma sih pasti tayangannya bakal itu-itu aja. Beda cerita keknya kalo misal kita pakek publik figur atau aktor yang jadi panutan anak muda dengan nampilin mereka meranin cerita yang ngangkat budaya lokal. Dengan sendirinya masyarakat akhirnya bakal suka loh” (wawancara dengan informan Hamdi).*

Selain itu, upaya lain yang bisa dilakukan adalah melalui pengalaman budaya. Upaya ini merupakan sebuah aksi nyata ketika ingin melestarikan eksistensi budaya lokal maka masyarakat harus terjun langsung guna mempelajari budaya lokal itu sendiri. Pengetahuan budaya dapat ditingkatkan melalui pembuatan pusat informasi yang di dalamnya menyediakan bahan edukasi mengenai kebudayaan lokal. Pusat informasi ini dapat mempermudah generasi muda ataupun masyarakat luas untuk mengakses informasi mengenai budaya lokal Indonesia (Sendjaja, 1994: 286). Upaya berikutnya yang dapat dilakukan adalah dengan memperbaiki kualitas tontonan hiburan di dalam negeri. Tontonan hiburan menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kehidupan seseorang. Bagaimana seseorang bertindak dan memandang sesuatu terkadang dipengaruhi oleh tayangan hiburan yang mereka tonton. Pegiat industri hiburan bisa menciptakan terobosan baru dengan mengangkat nilai unsur-unsur budaya lokal atau menggaet artis-artis yang menjadi panutan di kalangan anak muda.

#### **4. Simpulan dan Saran**

Dalam teori difusi inovasi Everett Rogers, proses masuknya budaya *Hallyu* ke Indonesia terjadi karena proses deteritorialisasi budaya *Hallyu* di kalangan penggemar drama Korea. Keberhasilan proses deteritorialisasi budaya *Hallyu* melalui difusi inovasi di bidang budaya dipengaruhi oleh empat faktor kunci meliputi: karakter budaya *Hallyu* yang memiliki daya tarik, saluran komunikasi, jangka waktu dan interaksi komunikasi antar penggemar drama Korea. Proses deteritorialisasi budaya *Hallyu* di kalangan penggemar drama Korea di Indonesia terjadi melalui beberapa tahapan, hal ini dimulai dari awal para penggemar drama Korea menyadari dan mulai tahu tentang keberadaan budaya *Hallyu*. Selanjutnya penggemar drama Korea akan menunjukkan sikap minat atau sebaliknya terhadap keberadaan budaya *Hallyu*. Tahapan yang ketiga adalah penggemar drama Korea akan mulai memutuskan untuk mulai memakai atau menolak mengaplikasikan budaya *Hallyu* dalam kehidupan mereka. Keempat, penggemar drama

Korea akan mulai melaksanakan keputusan yang mereka pilih pada tahap sebelumnya. Bagi yang pro akan mulai mengimplementasikan, dan bagi yang kontra akan menolaknya. Terakhir, para penggemar drama Korea akan mengkonfirmasi untuk tetap mengadopsi budaya *Hallyu* atau tidak. Proses deteritorialisasi budaya *Hallyu* ini menghasilkan dampak-dampak positif dan negatif serta memberi pengaruh bagi eksistensi popularitas budaya lokal di Indonesia. Untuk itu diperlukan adanya upaya untuk menjaga eksistensi dan popularitas budaya lokal Indonesia di tengah gempuran budaya *Hallyu*. Dibutuhkan strategi ekstra dan cara yang ampuh dalam menjaga eksistensi dan popularitas budaya lokal. Penelitian tentang deteritorialisasi budaya *Hallyu* di kalangan penggemar drama Korea ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi masyarakat, terutama penggemar drama Korea tentang fenomena deteritorialisasi budaya *Hallyu* di Indonesia dan bagaimana proses deteritorialisasi budaya *Hallyu* tersebut terjadi. Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk mengambil kebijakan mengenai pengaruh dan dampak yang dibawa oleh proses deteritorialisasi budaya *Hallyu* di Indonesia, terutama terhadap eksistensi budaya lokal Indonesia, serta dapat menjadi rujukan pengembangan penelitian-penelitian selanjutnya terkait topik proses deteritorialisasi budaya *Hallyu*.

### Daftar Rujukan

- Aminullah, M. (2021). *Westernisasi dan Cara Melestarikan Identitas Nasional*. OSF Preprints. <https://doi.org/10.31219/osf.io/bw36x>
- Appadurai, A. (2004). *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Bakry, U. (2011). Pemanfaatan Metode Etnografi dan Netnografi dalam Penelitian Hubungan Internasional. *Jurnal Global & Strategis*, 11(1), 15-26. <https://doi.org/10.20473/jgs.11.1.2017.15-26>
- Fahmi, Z. R. (2020). *Globalisasi dan Deteritorialisasi Budaya*. Makalah dari Program Studi Sastra Jepang Fakultas Ilmu Budaya Universitas Brawijaya Malang, 6-7.
- Haryadi, T. (2018). Adaptasi Teori Difusi Inovasi dalam Game "Yuk Benahi" dengan Pendekatan Komunikasi SMCR. *Jurnal Audience*. 1(1), 1-13. <https://doi.org/10.33633/ja.v1i1.2678>
- Henry. (2021, Oktober 8). *Indonesia Tempati Urutan ke-4 Penggemar Korean Wave Terbesar di Dunia*. Retrieved Oktober 25, 2022, from Liputan6: <https://m.liputan6.com/lifestyle/read/4678671/indonesia-tempati-urutan-ke-4-penggemar-korean-wave-terbesar-di-dunia>
- Ismail, N. (2011). *Konflik Umat Beragama dan Budaya Lokal*. Bandung: Lubuk Agung.
- Kozinets, R. V. (2015). *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. London: SAGE Publications.
- Kuswarno, E. (2008). *Etnografi Komunikasi: Suatu Pengantar dan Contoh Penelitiannya*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Mahayana, M. (2013). *Budaya Hallyu Korea*. Yogyakarta: Inakos.
- Moloeng, L. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nastiti, A. D. (2010). "Korean Wave" di Indonesia: Antara Budaya Pop, Internet, dan Fanatisme pada Remaja. *Journal of Communication*. 1(1), 1-23. <https://doi.org/10.1017/v8i2.20298>
- Rae, K. B. (2015). Colonial Modernity and Tourism in East Asia. *Humanities & Social Sciences Reviews*, 3(1), 37-38. <https://doi.org/10.1017/v12i3.uvw.8761>
- Rae, K. B. (2015). Past, Present and Future of Hallyu (Korean Wave). *American International Journal of Contemporary Research*, 5(5), 150-168
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion on Innovations, Fifth Edition*. New York: The Free Press
- Sendjaja, S. (1994). *Teori Komunikasi*. Padang: Mandar Maju.
- Storey, J. (2010). *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutjipto, A. M. (2019). Pengenalan Vaksinasi HPV oleh Koalisi Indonesia Cegah Kanker Serviks dengan Pendekatan Teori Difusi Inovasi. *Wacana*, 18(2), 203-214. <https://doi.org/10.32509/wacana.v18i2.910>

- Tomlinson, J. (2007). Globalization and Cultural Analysis dalam David Held dan A. McGraw ed. *Globalization Theory Approaches and Controversies. Canadian Journal of Political Science* 41(03):146 – 159. <https://doi.org/10.1017/S0008423908080967>.
- Widiasmara, H. (2020, Desember 31). *Fenomena Drama Korea terhadap Khalayak*. Dipetik 25-10 2022, dari Kumparan.com. [https://m-kumparan-com.cdn.amproject.org/v/s/m.kumparan.com/amp/hanan-widiasmara/fenomena-drama-Korea-terhadap-khalayak-1ut1NRMvWB?amp\\_js\\_v=a6](https://m-kumparan-com.cdn.amproject.org/v/s/m.kumparan.com/amp/hanan-widiasmara/fenomena-drama-Korea-terhadap-khalayak-1ut1NRMvWB?amp_js_v=a6)