

## **BAB IV**

### **FENOMENA *KOREAN WAVE* DI KOTA BANJARMASIN DAN KOTA BANJARBARU ANALISIS MICHEL FOUCAULT**

#### **A. Deskripsi Umum Lokasi Penelitian dan Karakteristik Subjek**

##### **1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

###### **a. Kota Banjarmasin**

Kota Banjarmasin merupakan kota besar yang berada di Indonesia, letaknya di Provinsi Kalimantan Selatan. Sebelum tahun 1526 tepatnya pada masa Kesultanan Banjar, Kota Banjarmasin merupakan nama dari sebuah kampung yang bertempat di bagian utara muara Sungai Kuin, yakni wilayah Kelurahan Kuin Utara serta Alalak Selatan sekarang. Kampung tersebut dibentuk dari 5 aliran sungai kecil, yakni sungai Sipandai, sungai Keramat, sungai Pangeran, sungai Sigaling dan sungai Jagabaya yang mana ke 5 aliran tersebut bertemu serta membentuknya menjadi sebuah danau. Dilihat dari bentuk perumahan kampung yang berderet disepanjang tepian sungai, dan penghuni kampung tersebut merupakan orang-orang melayu. Dari sinilah para penghuni kampung yang ada disekitarnya yang dikenal sebagai orang Ngaju (Suku Barangas) menamai kampung tersebut dengan kata Banjarmasin, yakni kata Banjar yang berasal dari bahasa Melayu artinya berderet atau kampung, sedangkan kata Masih artinya orang Melayu.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>“Sejarah Kota Banjarmasin”. Website Pemerintah Kota Banjarmasin, 29 September 2023, <https://www.banjarmasinkota.go.id/p/sejarah-kota-banjarmasin.html>.

Setelah kemerdekaan Indonesia, Kota Banjarmasin telah sah didirikan dengan berlandaskan Undang-undang No 27 Tahun 1959 yang berisi tentang penetapan UU Darurat No 3 Tahun 1953 tentang perpanjangan pembentukan daerah tingkat II di Kalimantan. Ketentuan Walikota Banjarmasin No 93 Tahun 2000 yang berisikan Penataan Daerah Kota Banjarmasin dan Pembangunan Kecamatan Banjarmasin, lantas ketentuan itu dimantapkan dengan Pengaturan Daerah Kota Banjarmasin No. 2 Tahun 2001 mengenai Penataan Daerah Kota Banjarmasin.<sup>2</sup> Kota Banjarmasin termasuk ke dalam wilayah metropolitan dari Banjar Bakula, dengan luas wilayah sebesar 98,46 km<sup>2</sup> yang terdiri dari 25 buah pulau kecil didalamnya. Oleh sebab itu pula kota ini dijuluki dengan Kota Seribu Sungai, yang mana pulau-pulau itu terbentuk oleh sungai-sungai yang membentang diseluruh Kota Banjarmasin.<sup>3</sup>

Kota Banjarmasin berada di bagian selatan Provinsi Kalimantan Selatan. Secara geografisnya berada diantara 3° 16` 46” hingga dengan 3° 22` 54” Lintang Selatan dan 114° 31` 40” hingga dengan 114° 39` 55” Bujur Timur. Terletak di ketinggian rata-rata 0,16m di bawah permukaan laut dengan kondisi daerah relatif datar serta rawa-rawa, dan ketika air sedang pasang maka semua wilayah dapat digenangi air. Banyaknya anak sungai yang menghiasi kota ini, dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar sebagai sarana transportasi juga tempat mencari nafkah. Sungai kecil ini mengalir melalui sungai besar seperti Sungai Barito serta Sungai

---

<sup>2</sup>Badan Pusat Statistik Kota Banjarmasin, *Kota Banjarmasin Dalam Angka Banjarmasin Municipality in Figures 2021* (Banjarmasin: BPS Kota Banjarmasin, 2021), 21

<sup>3</sup>Dodi Mawardi, *Fakta di Balik Julukan Nama Kota di Indonesia* (Sukoharjo : Epigrafi Komunikata Prima, 2021), 9.

Martapura, yang mana Sungai Martapura ini adalah sungai terpanjang yakni sepanjang 25.066 m.<sup>4</sup>

Kota ini terbagi dari lima kecamatan, yakni Banjarmasin Utara, Banjarmasin Barat, Banjarmasin Tengah, Banjarmasin Selatan, dan Banjarmasin Timur. Tercatat sebanyak 52 Kelurahan yang terurai menjadi 116 RW (Rukun Warga) serta 1.569 RT (Rukun Tetangga) di tahun 2020 oleh Badan Pusat Statistik Kota Banjarmasin. Juga tercatat laju pertumbuhan penduduk sebesar 0,95% dengan perkiraan jumlah penduduk kurang lebih sekitar 662.230 jiwa di tahun 2021. Sedangkan indeks pembangunan manusia di tahun 2020 berada pada angka 70,91 yang mengalami peningkatan pada tahun 2021 yakni sekitar angka 71,28. Mayoritas masyarakat Banjarmasin adalah penganut Agama Islam, jauh sebelum terbentuknya Kerajaan Banjar, agama Islam telah lebih dulu berkembang di tanah ini. Pertumbuhannya cukup pelan, namun kehadirannya turut membentuk entitas masyarakat Banjar. Selain itu juga ada agama Khonghucu, Hindu, Kristen, Buddha, dan Katolik.<sup>5</sup>

#### **b. Kota Banjarbaru**

Kota Banjarbaru merupakan Ibukota Kalimantan Selatan yang baru. Sejak menggantikan Kota Banjarmasin sebagai Ibukota pada tahun 2022 lalu, Kota Banjarbaru resmi menjadi pusat pemerintahan Kalimantan Selatan. Pada awalnya kota ini merupakan bagian dari Kabupaten Banjar, serta wilayah administrasi Kabupaten Banjar. Sempat mendapat gelar sebagai Kota Administratif tertua di Indonesia yakni sekitar kurang lebih 23 tahun, namun gelar tersebut telah dilepas

---

<sup>4</sup>Badan Pusat Statistik Kota Banjarmasin, *Kota Banjarmasin*, 3.

<sup>5</sup>Badan Pusat Statistik Kota Banjarmasin, *Kota Banjarmasin*, 5.

sesuai dengan lahirnya UU No. 9 Tahun 1999. Berdasarkan undang-undang tersebut Kota Banjarbaru berpisah dari Kabupaten Banjar dan resmi melepas statusnya sebagai Kota Administratif.<sup>6</sup>

Pada tanggal 20 April 1999 Kota Banjarbaru akhirnya dibentuk dengan luas wilayah 371, 38 km persegi, adapun secara geografisnya kota ini berada pada titik koordinat 03°27'-03°29' LS dan 114°45'-114°48' BT. Kota Banjarbaru dulunya merupakan daerah perbukitan di tepian Martapura dan memiliki banyak sekali bekas tambang, karena Banjarbaru adalah penghasil intan yang terletak di Kecamatan Cempaka.<sup>7</sup> Rata-rata kondisi topografi kota ini berbukit dan bergelombang dengan ketinggian 7-25 di atas permukaan laut, serta kedalaman tanah diklasifikasikan dalam 4 kelas, yakni: <30 cm, 30-60 cm, 60-90 cm serta >90 cm. Kedalaman efektif tanah kota ini yang lebih dari 90cm sangat pas digunakan untuk bercocok tanam beragam jenis tanaman tahunan. Oleh karena kota ini merupakan daerah perbukitan, sebagian besar wilayahnya tidak terjadi penggenangan. Hanya daerah tertentu seperti Kecamatan Landasan Ulin yang tergenang secara berkala karena daerah ini adalah peralihan daerah rawa dari Kecamatan Gambut serta Aluh-aluh.<sup>8</sup>

Kota ini memiliki lima kecamatan diantaranya ada Cempaka, Banjarbaru Utara, Landasan Ulin, Banjarbaru Selatan, Liang Anggang. Jumlah penduduk di

---

<sup>6</sup>Jaringan Dokumentasi Dan Informasi Hukum Kota Banjarbaru, "Sejarah Banjarbaru", <https://jdih.banjarbarukota.go.id/sejarah-banjarbaru/> (Rabu, 4 Oktober 2023, 17.01)

<sup>7</sup>Ahmad Suryadi, *Menapak Indonesia: Menelusuri Setiap Wilayah Provinsi, Kabupaten dan Kota Seluruh Indonesia Jilid 4 (Pulau Kalimantan dan Pulau Sulawesi)* (Jawa Barat : CV Jejak (Jejak Publisher), 2021), 52.

<sup>8</sup>Randu Alamsyah, *Banjarbaru Sejarah, Pesona, Potensi* (Banjarbaru: Penakita Publisher, 2014) 159

kota ini mencapai 258.753 jiwa serta sebaran penduduk 848 jiwa/km persegi pada tahun 2021. Sama seperti Kota Banjarmasin, Kota Banjarbaru juga termasuk ke dalam wilayah metropolitan dari Banjar Bakula.<sup>9</sup>

Penetapan Kota Banjarbaru sebagai Ibukota Provinsi Kalimantan Selatan dinilai sangat strategis, karena sangat dekat dengan Bandara Syamsudin Noor yang berjarak hanya 10 km. Daerah sekitar bandara seperti Kecamatan Landasan Ulin serta Liang Anggang, juga dijadikan pemerintah Provinsi Kalimantan Selatan sebagai kawasan industri, sehingga kawasan tersebut menjadi pusat industri serta perdagangan.<sup>10</sup>

## **2. Karakteristik Subjek Penelitian**

Ada 10 orang yang menjadi subjek dalam penelitian ini. Mereka rela mengeluarkan uang dengan nominal yang besar untuk membeli produk Korea, atau membeli tiket nonton konser K-pop. Mereka juga meluangkan banyak waktunya untuk menonton drama dan mendengarkan musik-musik Korea. Rata-rata usia mereka kisaran 21-23 tahun. Kebanyakan dari mereka telah mengalami *Korean wave* selama kurang lebih 12 tahun, mereka merupakan mahasiswa aktif dari Banjarmasin dan sebagiannya lagi merupakan mahasiswa aktif dari Banjarbaru.

---

<sup>9</sup>Randu Alamsyah, *Banjarbaru Sejarah, Pesona*, 158

<sup>10</sup>Randu Alamsyah, *Banjarbaru Sejarah, Pesona*, 159

Tabel 1. Identitas Diri

No	Nama	Usia	Kampus	Fakultas	Alamat	Lamanya mengenal <i>Korean wave</i>
1.	N S	22	UNISKA	Ekonomi	Banjarmasin	12 tahun
2.	N A	22	UIN	Ushuluddin dan Humaniora	Banjarmasin	12 tahun
3.	C	22	UIN	Ushuluddin dan Humaniora	Banjarmasin	6 tahun
4.	S	22	ULM	Keguruan dan Ilmu Pendidikan	Banjarmasin	12 tahun
5.	M	21	UIN 2	Ushuluddin dan Humaniora	Banjarbaru	8 tahun
6.	N C	21	ULM 2	Keguruan dan Ilmu Pendidikan	Banjarbaru	11 tahun
7.	A R	23	UNISKA	Teknologi Informasi	Banjarmasin	11 tahun
8.	A L	22	UIN 2	Ushuluddin dan Humaniora	Banjarbaru	10 tahun
9.	I	23	ULM 2	Kedokteran	Banjarbaru	12 tahun
10.	N K	23	UIN	Tarbiyah dan Ilmu Keguruan	Banjarmasin	12 tahun

### **B. *Korean Wave* di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru**

Data yang penulis sajikan berikut ini merupakan data mengenai fenomena *Korean Wave*, pada kalangan mahasiswa di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru. Semua data yang telah penulis kumpulkan melalui wawancara serta observasi, dengan mengamati beberapa orang mahasiswa terkait, akan penulis sajikan dalam bentuk deskriptif. Agar penyajian data lebih tersusun, maka penulis mengemukakan data berlandaskan pada pokok-pokok pembahasannya sebagai berikut :

## 1. Latar Belakang Mengenal Produk KW

Fenomena *Korean Wave* telah ada di Indonesia sejak tahun 2000an, sehingga berdasarkan hal tersebut, banyak ditemukan para penggemar yang menyukai produk KW sejak masih sekolah dasar hingga telah berkeluarga. Ada banyak jalan bagi fenomena ini dapat dikenal oleh penggemar KW di Kalimantan Selatan, yang paling banyak ditemukan adalah melalui tayangan di televisi dan ajakan dari teman-teman.<sup>11</sup> Penyebaran fenomena ini paling cepat terjadi di kalangan pelajar SD hingga universitas, namun juga tidak jarang penyebaran ini terjadi dikalangan ibu-ibu rumah tangga.

Rasa tertarik akan produk KW ini, semakin membesar ketika mereka membahasnya bersama teman atau sesama penggemar KW.<sup>12</sup> Apalagi untuk anak umur 12 tahun yang dipahami hanya tentang visual atau paras dari idol K-pop, sehingga perbincangannya tidak jauh seputar ketampanan atau kecantikan dari para idol.<sup>13</sup> Bahkan perbincangan tersebut bisa sampai menghayal menikah dan berkeluarga dengan idol K-pop kesayangan.<sup>14</sup> Perbincangan yang sering dibahas oleh penggemar KW sangat beragam, seperti tentang bagaimana drama yang baru tayang, album yang baru rilis, kabar idol yang lama *hiatus*, dan banyak lagi perbincangan mereka tentang kehidupan artis/ idol Korea. Ketika sedang membicarakan hal tersebut dan merasa lebih banyak mengetahui tentang KW,

---

<sup>11</sup>NS, *Mahasiswa UNISKA*, Wawancara Pribadi, 18 September 2023

<sup>12</sup>AR, *Mahasiswa UNISKA*, Wawancara Pribadi, 20 September 2023

<sup>13</sup>NC, *Mahasiswa ULM2*, Wawancara Pribadi, 21 Oktober 2023

<sup>14</sup>NS, *Mahasiswa UNISKA*, Wawancara Pribadi, 18 September 2023

apalagi menjadi orang yang pertama kali mengenalkan produk KW kepada teman-teman, memunculkan perasaan keren dan percaya diri pada orang itu.<sup>15</sup>

Adanya penyebaran fenomena KW di lingkungan sekolah tidak hanya menimbulkan persahabatan, namun juga dapat memunculkan perkelahian. Hal ini biasanya terjadi ketika saling memperebutkan idol K-pop yang sama, atau saling beradu kehebatan idol kesayangannya. Perkelahian itu juga sering terjadi di media sosial, yang mana hal tersebut menimbulkan keributan jangka panjang dan terus berulang.<sup>16</sup> Dari keributan tersebut pula menambah banyak teman sekolah, atau khalayak ramai untuk mengenal *Korean Wave*.

## **2. Produk KW yang disukai**

Fenomena *Korean Wave* telah dikenal melalui beberapa produknya yang banyak diminati oleh remaja akhir, seperti kalangan para mahasiswa yang menjadi subjek dalam penelitian ini. Penggemar KW ini banyak menggunakan produk-produknya sebagai kebutuhan sehari-hari, berikut produk KW yang banyak disukai:

### **a. Musik Pop Korea (K-pop)**

Mereka yang menggemari KW pasti mengenal dan menyukai musik K-pop, namun tidak semua dari mereka mendalami jenis musik-musik ini. Setiap agensi yang menaungi para penyanyi atau idol K-pop, memiliki nuansa musik yang berbeda-beda. Begitu juga dengan selera para penikmat musik K-pop yang memiliki pilihan, tentang nuansa musik seperti apa yang disukainya. Kurang lebih ada sekitar 10 agensi yang menaungi artis dan idol K-pop di Korea Selatan,

---

<sup>15</sup>I, Mahasiwi ULM2, Wawancara Pribadi, 16 Oktober 2023

<sup>16</sup>AL, Mahasiwi UIN2, Wawancara Pribadi, 19 Oktober 2023



namun hanya agensi *SM entertainment* dan *YG entertainment* yang banyak dikenal oleh penggemar KW. Berikut beberapa grup K-pop yang berada di bawah bimbingan agensi tersebut :

**1) *SM entertainment***

a) Super Junior (SUJU)

*Boygrouop* ini debut di tahun 2005 dengan nama Super Junior yang pada saat itu beranggota 15 orang, namun pada akhirnya Super Junior hanya tersisa 8 orang idol yang terdiri dari Siwon, Yesung, Shindong, Heechul, Leeteuk, Donghae, Eunhyuk, dan Ryeowook. Pada tahun 2009 grup K-pop ini merilis lagu “*Sorry Sorry*”, yang mana lagu tersebut banyak disukai orang- orang dan mengangkat nama Suju ke berbagai negara Asia.<sup>17</sup>



Gambar 1 Super Junior  
Sumber: [www.suryamedia.id](http://www.suryamedia.id)

b) Girls’ Generation (SNSD)

*Girlgroup* ini lebih dikenal dengan sebutan SNSD yang debut pada tahun 2007. Pada awal debutnya SNSD beranggota 9 orang idol, namun di tahun 2014

---

<sup>17</sup>C.N.N. Indonesia, “Daftar Idol di Bawah Agensi SM Entertainment,” *CNN Indonesia*, 17 November 2023, <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20210112105247-227-592533/daftar-idol-di-bawah-agensi-sm-entertainment>.

seorang anggotanya yang bernama Jessica keluar dari agensi *SM Entertainment*. Sehingga grup ini hanya aktif dengan 8 orang anggota yang terdiri dari, Taeyeon, Yoona, Yuri, Seohyun, Sunny, Sooyoung dan Hyoyeon.<sup>18</sup>



Gambar 2 Girls' Generation (SNSD)  
Sumber: [www.journal.sociolla.com](http://www.journal.sociolla.com)

### c) EXO

*Boygrouop* yang satu ini sempat dilantik sebagai peraih penghargaan Mnet Asian Music Awards (MAMA) terbanyak. EXO debut pada tahun 2012, dengan memiliki 9 orang anggota yakni Lay, Xiumin, Kai, Sehun, Chen, D.O, Baekhyun, Suho, dan Chanyeol.<sup>19</sup>



Gambar 3 EXO  
Sumber: [www.kupang.tribunnews.com](http://www.kupang.tribunnews.com)

<sup>18</sup>C.N.N. Indonesia, "Daftar Idol di Bawah Agensi", 17 November 2023

<sup>19</sup>C.N.N. Indonesia, "Daftar Idol di Bawah Agensi", 17 November 2023

#### d) Red Velvet

*Girlgroup* ini debut pada tahun 2014, yang memiliki 4 orang anggota pada saat itu. Kemudian di tahun 2015 Red Velvet ketambahan 1 orang anggota lagi, sehingga kini Red Velvet dikenal dengan 5 orang anggota yang terdiri dari Irene, Joy, Yeri, Seulgi dan Wendy. *Girlgroup* ini memiliki konsep ceria penuh warna, namun juga menampilkan sisi yang dewasa serta elegan. Konsep ini sangat tergambar jelas di beberapa lagunya, seperti Automatic dan Rookie.<sup>20</sup>



Gambar 4 Red Velvet  
Sumber: [www.pramborsfm.com](http://www.pramborsfm.com)

#### e) NCT

Jika grup K-pop sebelumnya telah ditetapkan jumlah anggotanya, dan tidak dapat ditambah-tambah. Maka *Boygroup* yang satu ini memiliki jumlah anggota yang dapat terus bertambah, dan tidak memiliki batasan jumlahnya. CEO SM Entertainment yang mengusungkan konsep baru ini pada tahun 2016, yang mana *boygroup* tersebut diberi nama Neo Culture Technology (NCT). Pada awal debutnya mereka mempunyai 21 orang member, yang terbagi dari beberapa sub-unit yakni, NCT U, NCT 127, NCT Dream, NCT 2018, WayV, dan NCT 2020. Diantara sub-unit NCT ini ada yang dirancang khusus untuk menargetkan

---

<sup>20</sup>C.N.N. Indonesia, “Daftar Idol di Bawah Agensi”, 17 November 2023

pemasaran di Negara China, ada juga yang memfokuskan promosinya di Amerika Serikat.<sup>21</sup>



Gambar 5 NCT  
Sumber: [www.haibunda.com](http://www.haibunda.com)

## 2) *YG Entertainment*

### a) BIGBANG

*Boygroup* dari agensi *YG Entertainment* ini debut pada tahun 2005, yang beranggotakan 5 orang idol, yaitu Seungi, T.O.P, Daesung, Taeyang dan G Dragon. *Genre* musik yang dibawakan oleh BIGBANG didominasi dengan hip-hop, seperti lagunya yang banyak diketahui oleh para penggemar K-pop yakni “Bang Bang Bang” dan “Fantastic Baby”.<sup>22</sup>



Gambar 6 BIGBANG  
Sumber: [www.kompas.com](http://www.kompas.com)

<sup>21</sup>C.N.N. Indonesia, “Daftar Idol di Bawah Agensi”, 17 November 2023

<sup>22</sup>Fadya Jasmin Malihah, “9 Idol K-pop yang Debut di Bawah Naungan YG Entertainment, Ada 1TYM (1998) Hingga BabyMonster (2023)”, *Kapanlagi.com*, 18 November 2023. <https://www.kapanlagi.com/korea/9-idol-k-pop-yang-debut-di-bawah-naungan-yg-entertainment-ada-1tym-1998-hingga-babymonster-2023-027677.html>

## b) 2NE1

*Girlgroup* ini debut pada tahun 2009, dengan beranggotakan 4 orang idol yakni Minzy, CL, Dara, dan Park Bom. Sama seperti grup BIGBANG, *girlgroup* ini juga didominasi dengan *genre* musik hip-hop serta R&B. Lagunya yang berjudul “I Am the Best” sukses memesonakan para penggemar musik K-pop.<sup>23</sup> Lagu tersebut berhasil menjadikan penggemarnya menyukai mereka hingga sekarang, meski *girlgroup* ini sudah bubar sejak tahun 2016.<sup>24</sup>



Gambar 7 2ne1

Sumber: [www.dbkpop.com](http://www.dbkpop.com)

## c) IKON

*Boysgroup* dengan nama IKON ini debut pada tahun 2015, yang beranggotakan 7 orang idol, yakni Chan, Song, Bobby, B.I, Jay, June, dan DK. Grup ini sukses memenangkan trofi “Best New Artist” pada 5 acara penghargaan musik terbesar di Korea Selatan, dan pencapaian itu mereka dapatkan tepat di tahun mereka debut. Satu lagu IKON yang pernah viral pada tahun 2018 ialah “Love Scenario”.<sup>25</sup>

---

<sup>23</sup>Fadya Jasmin Malihah, “9 Idol K-pop yang Debut”, 18 November 2023.

<sup>24</sup>I, Mahasiswi ULM2, Wawancara Pribadi, 16 Oktober 2023.

<sup>25</sup>Fadya Jasmin Malihah, “9 Idol K-pop yang Debut”, 18 November 2023.



Gambar 8 IKON  
Sumber: [www.insertlive.com](http://www.insertlive.com)

d) BLACKPINK

Blackpink merupakan *girlgroup* ke dua yang dibina oleh agensi YG *Entertainment*, mereka debut di tahun 2016 dengan 4 orang anggota yakni Rose, Jisoo, Jennie, dan Lisa. *Girlgroup* ini berhasil menarik perhatian dunia dengan lagunya yang berjudul “Boombayah” serta “Whistle”. Sampai sekarang keberadaan BLACKPINK selalu menjadi *trending topic* di segala acara, bahkan kesuksesannya dapat dilihat ketika mereka tampil di festival musik terbesar dunia yakni “COACHELLA” di tahun 2023.<sup>26</sup> Secara visual BLACKPINK menjadi kiblat tren bagi para Kpopers, begitu juga dengan musiknya yang selalu memiliki arti “para perempuan independen yang memiliki kuasa atas dirinya dan juga cinta”. Hal tersebut menjadi motivasi penggemar KW yang ada di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru untuk menjadi pribadi seperti lagu-lagu BLACKPINK.<sup>27</sup>

---

<sup>26</sup>Fadya Jasmin Malihah, “9 Idol K-pop yang Debut”, 18 November 2023.

<sup>27</sup>AR, *Mahasiswi UNISKA*, Wawancara Pribadi, 20 September 2023.



Gambar 9 BLACKPINK  
Sumber: [www.sulsel.suara.com](http://www.sulsel.suara.com)

e) TREASURE

Treasure menjadi *boygroup* dengan anggota terbanyak yang pernah disebutkan oleh agensi *YG Entertainment*. Pada awal debutnya di tahun 2020, Treasure memiliki 12 orang anggota yakni Yedam, Yoshi, Hyunsuk, Haruto, Doyoung, Asahi, Jihoon, Junghwan, Jaehyuk, Jeongwoo, Junkyu, dan Masiho. Setelah 2 tahun mereka debut, Mashiho dan Yedam dinyatakan keluar dari agensi dan *boygroup* Treasure. Ada beberapa lagu dari *boygroup* ini yang sempat tren di Indonesia termasuk di Provinsi Kalimantan Selatan, yakni lagu “I Love You” dan “Darari”.<sup>28</sup>



Gambar 10 Treasure  
Sumber: [www.poskota.co.id](http://www.poskota.co.id)

<sup>28</sup>Fadya Jasmin Malihah, “9 Idol K-pop yang Debut”, 18 November 2023.

Ada 3 agensi *entertainment* besar yang menciptakan jalan kesuksesan untuk industri hiburan K-pop kepada global, yakni YG *Entertainment*, JYP *Entertainment*, dan SM *Entertainment*. Berdasarkan temuan penulis selama penelitian berlangsung, para penggemar K-pop di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru, hanya menggemari SM *Entertainment* dan YG *Entertainment*. Kedua agensi ini jelas memiliki nuansa musik yang cukup berbeda dan memiliki ke khasannya tersendiri. SM *Entertainment* memiliki *genre* musik yang bernuansa manis, penuh semangat, dan menyegarkan. Selain itu, banyak dari penggemar KW di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru, menyukai agensi ini dikarenakan visual dari para idol K-popnya yang manis dan juga ceria.<sup>29</sup> Alasan SM *Entertainment* banyak disukai juga karena agensi ini dikenal sangat kental akan rasa kekeluargaannya.<sup>30</sup>

Agensi lain yang juga banyak disukai oleh penggemar musik K-pop di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru adalah YG *Entertainment*. Agensi ini tidak terlalu memfokuskan diri pada paras idolnya, mereka hanya fokus pada karya idolnya dalam membuat musik. Selain itu, agensi YG *Entertainment* dikenal memiliki konsep *swag* (*Style With A bit Gangsta*), dan sebagian besar aliran musik yang dimiliki agensi ini merupakan aliran musik rap, HIP-HOP, pop dan elektronik.<sup>31</sup>

---

<sup>29</sup>NS, *Mahasiswi UNISKA*, Wawancara Pribadi, 18 September 2023.

<sup>30</sup>S, *Mahasiswi ULM*, Wawancara Pribadi, 09 September 2023

<sup>31</sup>I, *Mahasiwi ULM2*, Wawancara Pribadi, 16 Oktober 2023



### **b. Drama Korea (Kdrama/ Drakor)**

Drakor menjadi jalan masuk KW terbesar dalam fenomena ini, melalui drakor orang banyak mengenal budaya Korea dan tempat indah di Korea Selatan. Alur cerita, sinematik, dan aktor menjadi faktor utama penggemar KW menyukai drakor. Drakor dikenal dengan alur cerita yang tidak mudah ditebak, terutama drakor dengan *genre action*, seperti beberapa judul drakor berikut:

- 1) *D.P (Deserter Pursuit)* diperankan oleh Jung Hae In, Koo Kyo Hwan, dan Son Seokgu. Drakor ini menceritakan tentang misi seseorang yang mengikuti wajib militer dan ditugaskan sebagai D.P, serta perjuangannya untuk masalah HAM di lingkungan militer.
- 2) *Squid Game*, dimainkan oleh Jung Ho Yeon, Lee Jung Jae, dan Park Hae Soo. Mengisahkan tentang sebuah permainan yang diberi nama Squid Game di suatu tempat yang sangat rahasia, dengan uang sebesar 45,6 miliar won sebagai hadiah bagi pemenang permainan tersebut.
- 3) *My Name*, diperankan oleh Han So Hee, Ahn Bo Hyun, dan Park Hee Soon. Menceritakan tentang dendam seorang pemeran utama dalam mencari pembunuh ayahnya.
- 4) *Happiness*, dimainkan oleh Han Hyo Joo, Park Hyung Sik, serta Jo Woo Jin. Drakor ini mengisahkan tentang sepasang kekasih yang membeli sebuah apartemen baru, namun sebuah wabah menular layaknya zombie mulai melanda kediaman mereka.

Drakor dengan *genre action* sangat banyak dan beragam alur ceritanya, namun beberapa drakor di atas merupakan judul drakor yang menjadi favorit penggemar KW di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru. Drakor memiliki jalan cerita yang sulit untuk ditebak oleh para penikmatnya, terutama drakor dengan *genre action, thriller*, dan misteri cenderung lebih banyak memiliki akhir cerita yang tidak terduga.<sup>32</sup> Oleh karena alur cerita yang menarik dan sulit ditebak, membuat para penggemarnya penasaran dan ketagihan untuk terus menonton drakor.<sup>33</sup>

Bukan hanya tentang *genre* atau alur cerita yang menjadikan penggemar KW menyukai drakor, namun ada juga penggemar yang menyukai drakor karena aktris dan aktor yang memainkan peran di dalamnya.<sup>34</sup> Beberapa aktor/aktris Korea Selatan yang menjadi kesukaan penggemar KW di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru ialah Lee Min Hoo, Kim Soo Hyun, Ji Chang Wook, Song Joong Ki, Park Seo Joon dan Hyun Bin. Sedangkan aktrisnya antara lain IU, Bae Suzy, Song Hye Kyo, Park Min Young, Im Yoona Ah, Han Hyo Joo, dan Han So Hee. Selain hal tersebut, drakor tidak hanya sekedar hiburan dikala luang bagi para penggemarnya. Terdapat pengetahuan modern yang terselip di dalam drakor, dan penonton dapat melihat pengetahuan tersebut dengan jelas.<sup>35</sup> Seperti contoh pada beberapa drakor berikut:

- 1) *Forecasting Love and Weather*, mengisahkan tentang para ahli cuaca yang bekerja di BMKG

---

<sup>32</sup>AL, *Mahasiswa UIN2*, Wawancara Pribadi, 19 Oktober 2023

<sup>33</sup>NK, *Mahasiswa UIN*, Wawancara Pribadi, 12 Oktober 2023

<sup>34</sup>AR, *Mahasiswa UNISKA*, Wawancara Pribadi, 20 September 2023

<sup>35</sup>C, *Mahasiswa UIN*, Wawancara Pribadi, 05 September 2023

- 2) *Hospital Playlist*, menceritakan tentang kehidupan para dokter di sebuah rumah sakit.
- 3) *Jirisan*, mengisahkan tentang pekerjaan seorang penjaga Taman Nasional Gunung Jirisan.
- 4) *Extraordinary Attorney Woo*, mengisahkan tentang seorang pengacara yang mempunyai spektrum autisme dalam menyelesaikan kasusnya.
- 5) *Midnight Runners*, mengisahkan tentang 2 orang teman yang sama-sama sedang berkuliah di Universitas Kepolisian.

Panjangnya episode dalam sekali penayangan drakor, juga dapat mempengaruhi rasa suka para penggemar terhadap produk KW yang satu ini. Drakor umumnya memiliki 16 episode, yang mana jumlah tersebut sangat pas agar drakor tidak membosankan dan dapat berkesan dihati penonton. Drakor paling sedikit memiliki 6 episode, seperti drakor dengan judul ANNA, The Sound Of Magic, dan HELLBOUND. Sedangkan drakor paling panjang memiliki 100 episode lebih, seperti drakor Once Again dan Beautiful Love, Wonderful Life.<sup>36</sup>

### **c. Makanan Korea**

Makanan Korea sangat populer dikalangan mahasiswa, terutama makanan Korea yang instan dijual. Di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru sendiri, sangat mudah untuk menemukan makanan Korea. Di minimarket juga pasti ada mie instan asal Korea Selatan yang dijual, seperti Samyang(Mie Instan yang bercita rasa pedas), Tteokbokki (makanan dari tepung beras yang dimasak dengan

---

<sup>36</sup>NA, Mahasiswi UIN, Wawancara Pribadi, 06 Oktober 2023

menggunakan bumbu gochujang), Mujigae (Minuman susu rasa pisang), Olatte Milk Drink (Minuman susu rasa buah).<sup>37</sup>

Bahkan banyak ditemukan penjual jajanan di pinggiran jalan Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru yang menjual makanan Korea. Seperti penjual Corndog yakni jajanan sosis dan keju mozarella yang ditusuk seperti sate, kemudian dibalur dengan adonan tepung dan tepun panir, yang selanjutnya adonan tersebut di goreng. Baru kemudian corndog siap disajikan bersama topping saus. Biasanya ada bermacam-macam isian corndog, tidak hanya sosis dan keju, namun juga ada varian rasa manis seperti coklat. Harganya juga bervariasi mulai dari harga Rp 10.000 hingga Rp 30.000



Gambar 11 Corndog  
Sumber: [www.idntimes.com](http://www.idntimes.com)

Berikutnya ada penjual Kimbap yakni jajanan dari nasi pulen yang dibungkus rumput laut, didalamnya diisi sayur wortel, timun, daging, dan telur. Kimbap memiliki berbagai macam isian tergantung variasi dari setiap penjualnya, untuk kimbap yang dijual dipinggiran jalan biasanya dijual dengan harga perpotong senilai Rp 2.000. Namun ada juga yang menjual kimbap pergulungnya senilai Rp 15.000 hingga Rp 35.000.

---

<sup>37</sup>S, *Mahasiswa ULM*, Wawancara Pribadi, 09 September 2023



Gambar 12 Kimbap  
Sumber: [www.diadona.id](http://www.diadona.id)

Selain itu juga ada pedagang yang menjual jajanan khas ala *Street Food* Korea Selatan, seperti odeng, tteokbokki, seafood, dan ramyeon.<sup>38</sup> Jajanan ini harganya sangat beragam, biasanya dimulai dengan harga Rp 2.000 hingga Rp 35.000



Gambar 13 Street Food Korea  
Sumber: Dokumen Pribadi

Semua penggemar produk KW pasti pernah mencoba makanan Korea, namun hanya beberapa dari mereka yang menyukainya. Makanan Korea memiliki rasa yang kurang pas di lidah penggemar KW Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru, karena kebanyakan makanan Korea hanya melalui proses di kukus dan sedikit hambar, terutama makanan yang difermentasi seperti kimchi.<sup>39</sup>

<sup>38</sup>NC, Mahasiswi ULM2, Wawancara Pribadi, 21 Oktober 2023

<sup>39</sup>C, Mahasiswi UIN, Wawancara Pribadi, 05 September 2023

#### d. *Fashion Korea*

Bagi para penggemar produk KW *fashion* Korea ini sudah menjadi kiblatnya *fashion* dunia, sehingga orang-orang banyak mengikutinya tanpa tahu *fashion* tersebut berasal dari Korea Selatan.<sup>40</sup> Busana Korea ditandai dengan warnanya yang soft namun cerah, yakni seperti warna-warna pastel. Kebanyakan dari penggemar KW yang ada di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru menyukai warna pastel tersebut untuk dipakai sehari-hari.<sup>41</sup> Selain itu juga, bagi mereka busana Korea sangat mudah digabungkan dan dipadukan. Seperti memakai celana kulot yang dipadukan dengan atasan *croptop*, namun juga masih bisa untuk dipakaikan jilbab.<sup>42</sup> Ada juga penggemar KW yang lebih menyukai model baju *oversize*, karena tidak terlalu memperlihatkan bentuk tubuh.<sup>43</sup>

Beberapa penggemar KW yang ada di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru memakai *skincare* ala Korea Selatan. Persis seperti orang-orang Korea Selatan yang mementingkan kesehatan kulitnya, dengan melakukan *double cleansing*, kemudian *eksfoliasi* sel kulit mati, memberikan pelembab pada wajah, menambah *esens*, serum, *Sheet Mask*, *Moisturizer*, Krim Mata, dan *Sunscreen*.<sup>44</sup> *Make up* ala Korea Selatan yang identik dengan efek kantung mata (*aegyo sal*), alis yang lurus, serta memakai lipstik yang di ombre, juga sering diterapkan oleh penggemar KW.

---

<sup>40</sup>I, Mahasiswi ULM2, Wawancara Pribadi, 16 Oktober 2023

<sup>41</sup>NS, Mahasiswi UNISKA, Wawancara Pribadi, 18 September 2023

<sup>42</sup>NK, Mahasiswi UIN, Wawancara Pribadi, 12 Oktober 2023

<sup>43</sup>M, Mahasiswi UIN2, Wawancara Pribadi, 12 September 2023.

<sup>44</sup>NC, Mahasiswi ULM2, Wawancara Pribadi, 21 Oktober 2023.

### 3. Waktu dan Biaya Konsumsi Produk KW

Ada berbagai macam cara yang dilakukan oleh penggemar KW untuk menunjukkan rasa kegemarannya terhadap fenomena ini, dan seiring dengan hal itu juga, banyak yang telah mereka lakukan untuk memenuhi rasa kegemarannya tersebut. Mempelajari bahasa Korea dengan giat merupakan salah satu cara penggemar KW dalam mengekspresikan rasa. Mulai dari belajar secara otodidak, membeli kamus bahasa Korea, hingga membeli aplikasi belajar bahasa Korea.<sup>45</sup> Penggemar KW yang sudah lama menggeluti fenomena ini pasti paham bahasa Korea, hanya saja tidak mampu untuk mengucapkannya.<sup>46</sup> Menyukai produk KW selama bertahun-tahun membuat para penggemarnya memahami, tentang apa saja yang menjadi budaya di Negara Korea Selatan.

Sebagian besar penggemar KW di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru mampu menghabiskan waktunya satu hari penuh untuk menyelesaikan 1 drakor yang memiliki 16 episode. Biasanya menonton drakor melalui berlangganan dengan beberapa aplikasi nonton, hal tersebut jelas tidak murah karena sekali bayar langganan Netflix untuk satu bulan sebesar Rp 54.000. Selain itu, bahkan ada yang melakukan pembayaran berlangganan untuk 2 aplikasi nonton, yang pertama ada Disney Plus Hotstar perbulannya sebesar Rp 65.000, dan kedua ada Prime Video sebesar Rp 59.000 perbulannya. Meski begitu, ada juga penggemar yang menonton drakor secara ilegal melalui aplikasi Telegram atau situs website LK21.

---

<sup>45</sup>AR, *Mahasiswi UNISKA*, Wawancara Pribadi, 20 September 2023

<sup>46</sup>NC, *Mahasiswi ULM2*, Wawancara Pribadi, 21 Oktober 2023

Penggemar *Korean Wave* pasti mengeluarkan cukup banyak waktu dan uangnya untuk dapat menikmati fenomena ini. Sebab beberapa barang berupa *skincare*, *makeup*, busana dan makanan ala Korea Selatan merupakan barang yang penting sering digunakan oleh para penggemar KW. Ada juga yang membeli barang hanya untuk memenuhi hasratnya sebagai penggemar, meski barang tersebut tidak dapat digunakan untuk sehari-hari. Barang ini biasanya berhubungan dengan *marchandise* K-pop, seperti album K-pop, *lightstick*, foto *card*, *thumbler*, gantungan kunci, dan poster. Barang-barang tersebut juga tidak murah, seperti harga untuk satu foto *card* bisa menjapai Rp 75.000an. Satu album Kpop bisa seharga Rp 250.000 - 300.000an, dan satu *lightstick* sekitaran harga Rp 700.000. Meski begitu, penggemar KW tetap membelinya dengan alasan *self reward*, karena ada rasa kebahagiaan luar biasa ketika bisa membeli barang tersebut.<sup>47</sup>

Untuk dapat merasakan pengalaman yang luar biasa bersama dengan idol K-pop kesayangan, mereka bahkan rela mengeluarkan lebih banyak uang untuk dapat menonton konser K-pop.<sup>48</sup> Tidak mudah untuk mendapatkan tiket nonton konser K-pop, dan juga tidak murah harganya. Tiket konser tidak mudah untuk didapat karena ada banyak sekali penggemar yang ingin menonton konser, sehingga mereka harus berebut untuk mendapatkannya, keadaan ini dikenal dengan istilah (*war ticket*). Selain itu, harga tiket konser juga menjadi permasalahan yang cukup krusial, karena harga tersebut tergantung dengan tempat duduk mana yang dipilih. Semakin dekat dengan panggung, maka semakin mahal

---

<sup>47</sup>NA, *Mahasiswi UIN*, Wawancara Pribadi, 06 Oktober 2023

<sup>48</sup>I, *Mahasiwi ULM2*, Wawancara Pribadi, 16 Oktober 2023



juga harga satu tiket konser. Satu harga tiket bisa menjapai Rp 3jt, belum biaya transportasi pulang-pergi dari Banjarbaru ke Jakarta, apalagi untuk biaya makan, tempat tinggal dan lain-lainnya selama disana.<sup>49</sup> Totalan biaya yang dihabiskan cukup beragam, mulai dari kisaran Rp 7jt - Rp 15jt.

Idol k-pop biasanya menyiapkan penampilan yang hanya ditampilkan *live* diatas panggung, dan tidak dapat dilihat dimedia sosial manapun. Para penonton juga bisa mendapatkan kesempatan di *notice* oleh idol kesukaannya selama konser. Inilah sebab penggemar KW bisa merasakan pengalaman yang luar biasa ketika dapat menonton konser tersebut, meski harus menghabiskan banyak uang.<sup>50</sup>

#### **4. Pengalaman terhadap produk selain KW**

Tidak hanya menggemari produk KW, penggemar KW yang ada di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru juga menyukai beberapa hiburan dari negara lain. Seperti halnya film dan musik India, film dari hollywood, dan beberapa film dari negara Asia lainnya, seperti China, Thailand, Jepang dan Indonesia. Rasa suka tersebut hanya sebatas menikmati film dan musiknya. Mereka tidak mengikuti perkembangan hiburan tersebut secara menyeluruh, karena mungkin belum menemukan rasa suka yang berlebih layaknya pengaruh fenomena KW.<sup>51</sup>

Dari segi alur cerita, sinematik dan aktornya memang tidak kalah dari film Korea Selatan.<sup>52</sup> Namun ada suatu hal yang menjadikan hiburan dari negara lain tersebut tidak dapat mengimbangi fenomena KW. Subjek AL membandingkan aktor film Hollywood dengan aktor film Korea Selatan, bahwa wajah aktor Korea

---

<sup>49</sup>I, Mahasiwi ULM2, Wawancara Pribadi, 16 Oktober 2023

<sup>50</sup>S, Mahasiswi ULM, Wawancara Pribadi, 09 September 2023

<sup>51</sup>C, Mahasiswi UIN, Wawancara Pribadi, 05 september 2023.

<sup>52</sup>M, Mahasiswi UIN2, Wawancara Pribadi, 12 September 2023.

meski sudah berumur tetapi masih pantas memerankan peran anak sekolah, sedangkan wajah dari aktor film Hollywood tidak. Sebagian penggemar KW dulunya sangat menyukai film India, tetapi tidak ada *trend fashion* yang dapat mereka ikuti dari hal tersebut, karena pakaian India sangat kental dengan budaya mereka, sehingga tidak sesuai dengan perkembangan zaman dan lingkungan di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru. Begitu juga dengan makanan India yang tidak banyak berkembang di Kalimantan Selatan.<sup>53</sup>

### 5. Pengaruh KW Terhadap Diri

Selama 12 tahun menggemari KW, sudah pasti ada perubahan yang mempengaruhi diri subjek. Pengaruh yang paling banyak dialami adalah lebih kepada perawatan diri, seperti menjaga bentuk tubuh dan merawat kecantikan kulit.<sup>54</sup> Penggemar KW pasti merasa terinspirasi untuk memiliki bentuk tubuh yang ideal layaknya para idol K-pop dan aktris Korea. Hal ini mendorong mereka untuk menjaga pola makan yang sehat, dan melakukan diet berkala. Seperti mengurangi gula dan karbohidrat secara teratur, dan banyak melakukan olahraga berjalan kaki, *dance*, dan olahraga sederhana dirumah.<sup>55</sup> Melakukan olahraga secara teratur juga dapat mengurangi stres. Selain itu, fenomena ini juga membantu remaja atau penggemar KW dalam menentukan penampilan yang cocok dengan dirinya.<sup>56</sup>

Fenomena KW juga sangat membantu dalam penyembuhan mental. Ketika sedang stres dengan tekanan perihal sekolah, atau galau sebab asmara, dan

---

<sup>53</sup>NK, *Mahasiswa UIN*, Wawancara Pribadi, 12 Oktober 2023.

<sup>54</sup>NS, *Mahasiswa UNISKA*, Wawancara Pribadi, 18 September 2023.

<sup>55</sup>AR, *Mahasiswa UNISKA*, Wawancara Pribadi, 20 September 2023.

<sup>56</sup>NC, *Mahasiswa ULM2*, Wawancara Pribadi, 21 Oktober 2023.

masalah kehidupan lainnya. Menonton drakor atau mendengar musik K-pop, dapat mengurangi tekanan tersebut. Penggemar KW yang ada di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru menjadikan produk KW sebagai *self reward* ketika berhasil mengatasi beban pikirannya.<sup>57</sup> Menonton drakor dan mendengarkan musik K-pop bagi mahasiswa yang menggemari fenomena KW, berkerja untuk menaikkan *mood* dalam mengerjakan tugas akhir hingga pengerjaan skripsi.<sup>58</sup>

## 6. Reaksi Sekitar Terhadap Penggemar Produk KW

Penggemar KW cenderung histeris dan menunjukkan rasa suka yang berlebihan, ketika sedang menggemari produk KW. Keadaan ini jelas membuat orang tua merasa khawatir dengan kondisi tersebut, sehingga banyak dari orang tua akan melarang atau mencoba untuk mengingatkan agar tidak terlalu berlebihan. Sebagian dari orang tua subjek mengingatkan melalui cara yang cukup keras bagi anak yang menggemari KW, seperti memberikan nasehat yang cukup tegas, menyita barang-barang yang mengandung unsur KW, dan mengejek idol kesukaan. Akan tetapi bagi penggemar KW, apa yang mereka lakukan tersebut tidak buruk, bahkan hanya dengan cara inilah mereka dapat bebas dalam mengekspresikan perasaannya. Akibatnya banyak dari penggemar KW yang ada di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru, mengabaikan larangan orang tua.<sup>59</sup> Seiring waktu para orang tua melihat bahwa menggemari KW tidak merusak sang

---

<sup>57</sup>AL, *Mahasiswi UIN2*, Wawancara Pribadi, 19 Oktober 2023.

<sup>58</sup>S, *Mahasiswi ULM*, Wawancara Pribadi, 09 September 2023

<sup>59</sup>C, *Mahasiswi UIN*, Wawancara Pribadi, 05 September 2023.

anak atau memberikan pengaruh yang buruk. Pada akhirnya para orang tua mulai memberikan kebebasan dan tidak lagi melarang.<sup>60</sup>

Ada juga orang tua yang sangat mendukung dalam penggemaran atas fenomena KW, orang tua ini bahkan melakukan kegiatan menggemari produk KW bersama-sama.<sup>61</sup> Begitu juga dengan keluarga besar penggemar KW yang ada di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru yang mayoritas penyuka KW, disetiap ada pertemuan keluarga besar yang dibahas adalah seputar Korea, drakor dan K-pop.<sup>62</sup>

## 7. Penjual Produk KW

Berdasarkan survei dari penulis, dan rekomendasi dari para subjek yang pernah mengunjungi tempat pemenuhan hobi terhadap produk KW, yang ada di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru. Berikut beberapa tempat yang telah penulis rangkumkan:

### a. Kota Banjarmasin

*Pertama* ada Mu Gung Hwa, Jalan Ahmad Yani Km. 4,5 No. 1-2 Kel, Karang Mekar, Banjarmasin Timur, Banjarmasin City, South Kalimantan 70234. Merupakan sebuah supermarket khusus yang menjual makanan, minuman dan keperluan lainnya dari Korea Selatan.

*Kedua* ada Dalgona Caffee & eatery, Jl. Veteran, Melayu, Kec. Banjarmasin Tengah, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan. Merupakan sebuah tempat ngopi santai yang bernuansa musik K-pop, tidak hanya kopi namun di dalamnya juga ada menjual makanan Korea. Tempat ini juga sering menjadi perkumpulan para penggemar K-pop.

---

<sup>60</sup>NA, *Mahasiswa UIN*, Wawancara Pribadi, 06 Oktober 2023

<sup>61</sup>NS, *Mahasiswa UNISKA*, Wawancara Pribadi, 18 September 2023.

<sup>62</sup>S, *Mahasiswa ULM*, Wawancara Pribadi, 09 September 2023.

*Ketiga* ada Ha-neul Korean Restaurant, Jalan Jend. A. Yani Km. 7,8 - I-Walk 1 No. 22 & 23, Kel, Manarap Lama, Kec. Kertak Hanyar, Kabupaten Banjar, Kalimantan Selatan 70654. Merupakan sebuah restoran halal yang menjual makanan khas Korea Selatan, seperti Grill (BBQ), Hot Pot, dan Stew Pot.

*Keempat* ada Noona Cosmetic Centre, Jl. Ahmad yani km. 2, no. 70, Hapeworld Lt 2, Sungai Baru, Banjarmasin Tengah, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan 70233. Merupakan sebuah toko kosmetik yang menjual berbagai macam *makeup* dan *skincare* ala Korea Selatan.

*Kelima* ada Soondobu, Hotel Aria Barito, Jl. M.T. Haryono No.16, Kertak Baru Ulu, Kec. Banjarmasin Tengah, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan 70111. Merupakan sebuah restoran yang menjual makanan khas Korea Selatan, tempat ini juga memiliki nuansa yang sangat ke Koreaan.

*Keenam* ada Haru-Haru Cafe, Jl. Bank Rakyat No.43, Kertak Baru Ulu, Kec. Banjarmasin Tengah, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan 70231. Merupakan tempat makan khusus menjual mie ala drakor.

#### **b. Kota Banjarbaru**

*Pertama* ada Madeline Coffe Kitchen Rooftop, Jl. A. Yani No.17, Guntung Payung, Kec. Landasan Ulin, Kota Banjar Baru, Kalimantan Selatan 70714. Merupakan sebuah tempat ngopi santai, yang sering dijadikan tempat berkumpul para penggemar K-pop ketika sedang mengadakan acara.

*Kedua* ada Royal K-BBQ (Q-Mall), Jl. Komet, Banjarbaru Utara, Kota Banjarbaru, Kalimantan Selatan. Merupakan sebuah tempat restoran yang menjual makanan khas Korea Selatan, seperti Grill (BBQ).

*Ketiga* ada KOTEH X OKETO BBQ SUKI, Jl. A. Yani No.Km. 33, RW.3, Guntung Payung, Kec. Landasan Ulin, Kota Banjar Baru, Kalimantan Selatan 70714. Merupakan sebuah tempat ngopi serta makanan khas Korea Selatan, tempat ini sering dikunjungi para mahasiswa penggemar KW.

*Keempat* ada Rabenshi Cafe, Loktabat Utara, Kec. Banjarbaru Utara, Kota Banjar Baru, Kalimantan Selatan 70714. Merupakan sebuah restoran yang menjual makanan khas Jepang dan Korea Selatan, tempat ini menjadi salah satu pilihan subjek ketika ingin mencoba makanan Korea Selatan layaknya di drakor.

*Kelima* ada Barbeque Banjarbaru, Jl. Barjad, Amaco, Loktabat Utara, Kec. Banjarbaru Utara, Kota Banjar Baru, Kalimantan Selatan 70714. Merupakan sebuah tempat khusus untuk menyewakan alat-alat memanggang atau BBQan ala Korea Selatan, selain alat di tempat ini juga menjual bahan-bahan untuk BBQan seperti daging sapi/ ayam slice, sosis, selada, bumbu BBQ, dan masih banyak lagi.

### **C. Analisis Relasi Kuasa yang Terdapat pada *Korean Wave* di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru Menurut Michel Foucault**

#### **1. *Korean Wave* Sebagai Wacana dan Pengetahuan**

Fenomena *Korean Wave* dikenal sebagai suatu produksi hiburan Korea Selatan, ke seluruh dunia internasional dengan sangat cepat. Produksi hiburan ini melingkupi musik, makanan, drama, *fashion*, dan filmnya. Melalui produksi hiburannya tersebut, Korea Selatan berhasil membangun gambaran negaranya yang maju dan modern. Gambaran ini tidak lepas dari peran sebuah wacana yang dibentuk oleh pihak-pihak terkait. Wacana merupakan kumpulan kata yang menjadi suatu kalimat padu dan memiliki makna, sehingga kalimat tersebut

membentuk sebuah konsep pemikiran.<sup>63</sup> Selain sebagai suatu produksi hiburan, fenomena KW juga membentuk suatu persepsi dunia dalam memandang Negara Korea Selatan. Persepsi itu terwujud melalui kepopuleritasan dari produksi hiburannya, seperti K-pop dan drakor yang banyak menggambarkan tentang negaranya yang berbudaya namun juga modern.

Adanya wacana tersebut sangat mempengaruhi pandangan penggemar KW di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru dalam mendefinisikan negara Korea Selatan. Pandangan ini memberikan keuntungan tersendiri bagi negara Korea Selatan, sebab tidak hanya produk yang ada di dalam fenomena KW saja yang mendapatkan keuntungan. Tetapi seluruh negaranya, baik itu tentang budaya, pendidikan, perekonomian, pemerintahan, pariwisata, dan orang-orangnya turut menjadi perhatian utama dunia. Wacana yang dihadirkan di dalam fenomena ini, telah membentuk suatu konsep berpikir para penggemar KW tentang Korea Selatan, yang mana hal tersebut menjadikan fenomena KW ini semakin besar.

Dari wacana itu juga, membentuk suatu konsep fenomena KW yang memperlihatkan pada penyebaran budaya populer Korea Selatan. Budaya populer Korea yang mencakup musik K-pop, drakor, film, *fashion*, dan makanan telah menjadi terkenal di berbagai negara. Keadaan ini sudah menjadi bentuk sempurna dari globalisasi budaya yang muncul akibat fenomena KW,<sup>64</sup> dan juga menjadi faktor utama dari besarnya pengaruh wacana pada penyebaran KW. Konsep fenomena ini banyak dibentuk melalui drakor dan musik K-pop. Sebagaimana

---

<sup>63</sup>Eti Setiawati dan Roosi Rusmawati, *Analisis Wacana (Konsep, Teori, dan Aplikasi)*, (Malang: UB Press, 2019), 5

<sup>64</sup>Putu Tita Kawitri Resen dan Sukma Sushanti, *Globalisasi Dimensi dan Implikasinya*, (Yogyakarta: Jejak Pustaka, 2022), 79.

pandangan penggemar KW terhadap drakor, yang menyatakan bahwa menonton drakor dapat memberikan mereka pengetahuan modern dan paling terkini.<sup>65</sup> Penyebaran fenomena ini juga sangat dipengaruhi oleh media dan teknologi, yang mana kedua hal tersebut turut mempengaruhi wacana penggemar KW di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru tentang betapa maju dan modernnya Korea Selatan.

Di dalam film atau drama Korea juga sering ditampilkan beberapa prabotan yang memiliki teknologi tinggi, seperti *vacuum cleaner* otomatis yang dapat membersihkan lantai dan *mencharger* dengan sendirinya. Kulkas yang dilengkapi *touche screen*, *door lock*, mesin kopi dan lainnya. Adanya tampilan tersebut menambah kuat wacana tentang Negara Korea Selatan yang modern. Pada musik K-pop dan drakor juga banyak memberikan pengaruh terhadap gaya *fashion* remaja di seluruh dunia. Begitu juga dengan penggemar KW di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru, yang memilih gaya berbusana ala Korea untuk pakaiannya sehari-hari. *Fashion* ala korea identik dengan warna yang cerah dan lembut (pastel), warna ini dianggap sangat mewakili semangat dari seorang remaja yang ceria dan ramah. Tidak hanya perihal warna yang menjadi alasan *fashion* Korea banyak diikuti, namun juga pakaian ala Korea sangat kasual sehingga tergolong nyaman dan simpel untuk dipakai sehari-hari.<sup>66</sup>

Berdasarkan pemikiran Foucault, wacana mempunyai kemampuan untuk menghasilkan pengetahuan. Melalui sebuah wacana, pengetahuan bisa memiliki otoritas dan legitimasi, sebab wacana mampu mengubah pola sosial, dan

---

<sup>65</sup>C, Mahasiswa UIN, Wawancara Pribadi, 05 September 2023.

<sup>66</sup>S, Mahasiswi ULM, Wawancara Pribadi, 09 September 2023.



menghasilkan sesuatu.<sup>67</sup> Adanya fenomena KW merupakan suatu pengetahuan di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru, yang mana fenomena ini mendorong masyarakat untuk mengenal budaya Korea Selatan. Dengan begitu, mereka akan belajar mengenai apa yang menjadi aspek budaya Korea, seperti mencari tahu tentang makanan, *fashion*, bahasa, musik dan drama, hingga mereka menggemari fenomena KW. Mengetahui aspek budaya Korea ini merupakan pengetahuan paling dasar yang dapat diketahui oleh siapa saja, terutama pada aspek musik dan drama. Tidak ada masyarakat modern yang tidak mengetahui hal tersebut, bahkan anak-anak kecil di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru juga mengetahuinya.

*Fashion* Korea juga banyak dipelajari oleh penggemar KW yang ada di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru. Mempelajari *fashion* Korea dinilai sangat penting bagi mereka, karena dapat memberikan pandangan kepada orang-orang tentang kepribadian diri. *Fashion* Korea walau terlihat simpel namun dapat memberikan kesan pribadi yang rapi, berkelas, dan cantik. Korea Selatan dikenal berani dalam memadukan pakaian, dan pakaian yang sering ditiru oleh penggemar KW adalah pakaian kasual yang digabung dengan pakaian formal. Pengetahuan ini tidak dapat diketahui begitu saja tanpa adanya pemahaman yang lebih, karena gaya seperti itu cukup awam bagi masyarakat, yang mungkin saja tanpa adanya pemahaman lebih dengan bergaya tersebut dapat memberikan kesan yang aneh.

Penggemar KW di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru juga belajar mengenai sejarah dan sistem politik yang ada di Korea Selatan melalui film atau drakor. Di dalam drakor atau film biasanya sering memuat kisah sejarah kerajaan

---

<sup>67</sup>Abdil Mughis Mudhoffir, "Teori Kekuasaan Michel Foucault: Tantangan bagi Sosiologi Politik," *Masyarakat: Jurnal Sosiologi* 18, no. 1 (2013): 121, <http://journal.ui.ac.id/index.php/mjs/article/view/3734>

yang dibalut dengan kisah percintaan, seperti pada drakor yang berjudul “Scarlet Heart”.<sup>68</sup> Penggemar KW dapat mengetahui tentang pakaian, rumah, dan makanan tradisional Korea Selatan melalui drama sejarah seperti itu. Begitu juga dengan bahasanya orang Korea zaman dahulu pada masa kerajaan, sangat berbeda dengan bahasa yang sekarang dipakai oleh orang-orang Korea.

Korea Selatan yang dianggap sebagai negara maju serta modern ini, juga secara tidak sadar telah mempengaruhi pengetahuan orang-orang tentang teknologi dan media. Pengetahuan ini banyak mempengaruhi remaja penggemar musik K-pop, karena dalam per-kpopers-an mereka akan diarahkan ke berbagai platform media sosial, serta streaming untuk mendukung idol K-pop kesayangan mereka.

Adanya fenomena KW ini telah memperluas pengetahuan penggemar KW mengenai berbagai aspek kehidupan yang ada di Korea Selatan. Pengetahuan akan kehidupan itu juga mempengaruhi masyarakat yang ada diberbagai negara, terutama Negara Indonesia Provinsi Kalimantan Selatan, persisnya di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru. Banyak remaja dari kota ini yang menerapkan pengetahuan itu ke dalam kehidupannya, dan pengetahuan yang didapat juga membentuk pola pikirnya dalam memandang segala hal. Persis dengan apa yang Foucault katakan, wacana itu mampu menghasilkan pengetahuan. Pengetahuan yang terbentuk dari sebuah formasi wacana, akan terwujud pula suatu efek kekuasaan.<sup>69</sup> Bentuk pengetahuan yang penggemar KW dapatkan melalui

---

<sup>68</sup>C, *Mahasiswi UIN*, Wawancara Pribadi, 05 September 2023.

<sup>69</sup>Mudhoffir, “Teori Kekuasaan Michel Foucault”, 121

fenomena ini, mampu mempengaruhi cara berpikir, bertindak dan berbicara mereka kepada seseorang.

## 2. *Korean Wave* Sebagai Kuasa

Fenomena KW sudah ada di Indonesia dari tahun 2002, hingga sekarang *Korean Wave* masih sangat ramai dibahas oleh orang-orang. Perkembangan fenomena ini semakin meningkat di Indonesia sejak terjadinya wabah covid-19. Hal ini terjadi karena pada masa itu orang-orang diperintahkan untuk tetap di rumah, dan melakukan segala hal hanya melalui internet. Banyak orang-orang yang bosan terkurung di dalam rumah mulai mencari-cari hiburan di internet, hingga akhirnya drakor dan musik K-pop menjadi pilihan. Selain itu, fenomena ini juga memiliki banyak sekali penggemar setia, yang telah ada sebelum covid-19 dan bertahan selama kurang lebih 10 tahun.

Berdasarkan data yang telah penulis rangkumkan sebelumnya, bahwa telah banyak waktu dan biaya yang sudah subjek habiskan untuk dapat memenuhi kebahagiaannya atas fenomena ini. Mengikuti seluruh *trend* yang ada dalam fenomena KW menjadi sebuah keharusan bagi mereka, karena fenomena ini telah menjadi *trend* dan banyak diikuti oleh berbagai negara. Besarnya pengaruh yang ada pada fenomena KW ini, menunjukkan adanya suatu kekuasaan yang sangat sukar dilihat, namun cukup jelas terasa. Layaknya kekuasaan yang Foucault katakan bahwa kekuasaan tidak hanya bersifat negatif tetapi juga mampu bersifat positif dan mampu bereproduksi.<sup>70</sup> Maka hadirnya fenomena KW merupakan suatu bentuk kekuasaan, yang mana keberadaan fenomena ini tidak hanya

---

<sup>70</sup>Michel Foucault, *Power/Knowledge Wacana Kuasa/Pengetahuan*, trans. Yudi Santosa (Yogyakarta : NARASI, 2017), 155.

memberi dampak yang negatif terhadap penggemar KW, namun juga berdampak positif.

Sebagian besar penggemar KW di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru menjadi kurang patuh terhadap orang tuanya, dan bersikap keras kepala. Penggemar KW juga lebih banyak mengenal budaya Korea Selatan, dan kurang memahami budaya Kalimantan Selatan. Selain itu, penggemar KW banyak menghabiskan uangnya untuk menikmati produk-produk KW, yang mana hal ini menggambarkan perilaku konsumtif yang dimiliki oleh mereka. Fakta yang penulis temukan mengenai dampak negatif fenomena KW, terhadap penggemarnya yang ada di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru. Memiliki hubungan/ keterkaitan terhadap dampak positif yang di rasakan oleh penggemar KW. Seperti banyaknya pengetahuan budaya Korea yang mereka kenal, memberikan penggemar KW gagasan untuk membuat sebuah karya tulis mengenai Korea Selatan atau fenomena KW. Penggemar KW yang dikenal loyal sampai dianggap sebagai perilaku konsumtif ini juga memberikan peluang yang besar bagi para penjual produk KW. Akibatnya banyak penjual yang ada di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru, terinspirasi dengan adanya fenomena ini untuk dijadikan bisnis.

Kekuasaan yang ada di dalam fenomena KW ini tidak tampak dimata orang-orang, bahkan bagi penggemar KW yang sudah bertahun-tahun ada di dalamnya tidak menyadari hal tersebut. Meski tidak tampak bukan berarti kekuasaan itu tidak ada, kekuasaan itu bukan berupa properti yang bisa dimiliki,

diberikan, ditukar, atau didapat.<sup>71</sup> Foucault menjelaskan bahwa kekuasaan tidak sebatas kekuatan yang hanya berbicara tidak, atau kekuasaan sebagai bentuk hukum yang represif dan koersif.<sup>72</sup> Kekuasaan dalam pandangan Foucault mampu menciptakan sebuah pengetahuan, memproduksi wacana, dan menginduksi kebahagiaan. Jika mengartikan kekuasaan seperti itu, maka dapat dilihat dengan jelas keberadaan kuasa yang ada di dalam fenomena *Korean Wave*.

Kekuasaan yang seperti ini masuk dengan cara yang halus melalui jalan dan tekniknya sendiri, sehingga penggemar KW tidak menyadari kehadirannya. Bukan hanya itu, kekuasaan yang dibentuk oleh Foucault ini bisa terus berubah berdasarkan perkembangan maknanya dan juga waktu.<sup>73</sup> *Korean Wave* pada awalnya menyebar hanya melalui siaran televisi yang menayangkan film, drama dan musik K-pop saja. Sehingga penggemar KW di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru pada saat itu hanya mengenal Korea Selatan sebagai salah satu negara yang memproduksi hiburan. Sekarang Korea Selatan jauh dikenal sebagai negara maju, berbudaya dan modern. Seluruh negara mengenal keberadaan budaya populer dari Korea Selatan, terutama di Indonesia Provinsi Kalimantan Selatan tepatnya di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru. Semua kalangan mengenal dengan baik fenomena ini, bahkan banyak anak-anak kecil yang mengetahui musik K-pop.

Penguasaan fenomena KW tidak hanya sampai pada penikmat hiburan saja, akan tetapi penguasaan fenomena ini telah melingkupi bidang teknologi informasi hingga diplomasi publik. *Korean Wave* yang pada dasarnya hanya

---

<sup>71</sup>Michel Foucault, *Power/Knowledge Wacana*, 117.

<sup>72</sup>Michel Foucault, *Power/Knowledge Wacana*, 116.

<sup>73</sup>Michel Foucault, *Power/Knowledge Wacana*, 130.

sekadar hiburan, ternyata mampu menarik pengikut lebih banyak hingga berefek pada pemerintahan Korea Selatan. Bentuk kekuasaan seperti ini mampu meluas dan mengakar dengan sangat dalam. Karena pada kekuasaan tidak diterapkan sistem siapa yang berkuasa dan siapa yang dikuasai, kekuasaan justru mampu memberi efek positif pada pemberi dan penerima kekuasaan tersebut.

### 3. Relasi Kuasa *Korean Wave*

Foucault merancang kekuasaan sebagai sebuah sistem yang terletak pada sebuah relasi atau jaringan yang saling memberikan kekuatan, dan kekuasaan ini akan muncul dimana saja selama relasi itu terus terhubung.<sup>74</sup> Relasi kuasa ini berupa *disciplinary power*, yakni sebuah proses normalisasi dari internalisasi kekuasaan atas tubuh individu atau kelompok. Kekuasaan yang terletak pada sistem dari sebuah relasi, menjadikannya mengakar dan meluas kemana saja. Relasi kuasa pada fenomena *Korean Wave* ini terletak pada beberapa aspek yang dapat dilihat, yakni diantaranya sebagai berikut:

#### a. Relasi Kuasa Budaya

Relasi kuasa yang pertama adalah kuasa yang terdapat pada penyebaran budaya Korea Selatan. Melalui musik K-pop, film dan drakor, fenomena ini sukses mengeksport budayanya ke berbagai negara. *Fashion* dan makanan Korea menjadi tren dimana-mana, bahkan banyak negara yang menerapkan standar kecantikan negara Korea Selatan. Selain itu, negara Korea Selatan juga menjadi negara yang paling ingin di datangi oleh penggemar KW di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru, karena terpana dengan pemandangan yang ada di dalam drakor.

---

<sup>74</sup>Mudhoffir, "Teori Kekuasaan Michel Foucault," 120

Kesuksesan Korea Selatan ini menunjukkan bahwa mereka memiliki kuasa untuk mempengaruhi selera dunia. Fenomena ini mampu membentuk nilai dan norma budayanya sendiri, dengan menciptakan produk serta konten yang menarik untuk penikmat hiburan internasional. Sebagaimana pengertian relasi kuasa, yakni suatu hubungan kuasa yang saling memberi kekuatan. Agar bisa diterima oleh dunia luas, fenomena ini juga harus mampu memadukan selera dan permintaan global yang berbeda dari budayanya. Seperti pada musik K-pop yang menyesuaikan diri dengan musik-musik internasional agar bisa menguasai lebih banyak pendengar musik di berbagai negara.

Relasi kuasa budaya ini juga berefek pada kehidupan sehari-hari penggemar KW di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru, yang mana hal tersebut hampir tidak dapat dipisahkan dari diri penggemar KW. Mereka pasti mendengarkan musik-musik K-pop untuk memulai hari, atau untuk membangkitkan suasana hati. Musik K-pop banyak diputar dimana-mana, seperti di pusat perbelanjaan Duta Mall dan Qmall, minimarket yang ada di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru, atau sekedar lewat di fyp Tiktok (*for your page*). Sehingga meski penggemar KW tidak secara sengaja mendengarkan musik K-pop, mereka akan tetap bisa mendengarkannya di tempat-tempat tersebut. Selain itu, keseharian penggemar KW juga memakai pakaian ala Korea, baik ketika mereka pergi ke kampus, bersantai di Cafe, atau sekedar jalan-jalan di tengah Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru. Semua penggemar KW mengaku cocok berpakaian ala Korea, meski terlihat simpel namun sangat nyaman dipakai, sehingga akan sulit bagi mereka untuk meninggalkan gaya tersebut.

Bagi sebagian penggemar KW di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru, menonton drakor sangat membantu dalam membentuk pola pikirnya. Suasana hati buruk atau rasa lelah yang dialami, dapat teratasi ketika sedang menonton drakor. Dalam hal ini juga, kegemaran seseorang terhadap salah satu produk KW akan membawa dirinya untuk menggemari produk-produk KW yang lain. Seperti halnya di dalam drakor, banyak sekali menampilkan makanan-makanan khas Korea yang mereka makan dengan sangat nikmat. Keadaan tersebut memancing rasa penasaran penggemar KW di dua kota ini untuk turut mencoba rasa masakan tersebut, sehingga mereka juga menjadi penggemar dari makanan-makanan Korea. Begitu juga pada penggemar KW Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru yang menyukai produk musik K-pop, apapun pakaian bagus, indah, dan simpel yang dipakai oleh artis/ idol K-pop, pasti akan langsung ditirukan penggemarnya. Akibatnya banyak sekali penggemar KW yang menjadi pengamat dan penggemar *fashion* Korea.

#### **b. Relasi Kuasa Ekonomi**

Relasi kuasa yang kedua adalah relasi kuasa yang tercipta melalui ekonomi. Perekonomian Korea Selatan dulunya fokus di industri tambang, kimia, elektronik, dan otomotif. Fokus itu berubah menjadi industri hiburan pada tahun 2000an, perubahan ini yang membawa Korea Selatan menjadi seperti sekarang sebagai pesaing utama dalam industri hiburan dunia. Terutama pada musik K-pop dan drakor yang sangat berperan besar dalam industri ini, serta menjadi sumber pendapatan besar pada Negara Korea Selatan. Melalui industri hiburan juga, Korea Selatan dapat mempromosikan segala macam produk dan mereknya ke



pasar global. Hal ini menciptakan suatu relasi antara Korea Selatan dengan berbagai negara lain yang melakukan perdagangan bersama, seperti melakukan investasi pada kedua belah pihak.

Begitu juga yang terjadi di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru, banyak penjual produk KW yang diuntungkan dengan fenomena ini. Mereka menjual nama Korea sebagai ide bisnisnya, dari pakaian ala Korea, makanan khas Korea, dekorasi estetik ala Korea, tempat bersantai ala Korea, kosmetik produk Korea, dan lain-lain. Mereka yang menggemari produk-produk KW pasti tertarik akan penawaran tersebut, dan penggemar KW pasti akan membeli barang-barang dengan penawaran seperti itu.<sup>75</sup> Barang-barang yang mengandung unsur KW terkadang cukup mahal, bahkan untuk barang yang berukuran kecil dan terkesan tidak penting tetapi memiliki harga yang tinggi. Namun sebagai seorang penggemar sejati, membeli barang tersebut dianggap sebagai bentuk dukungan terhadap idol K-pop kesayangannya, atau sebagai bentuk *self reward* karena telah mampu melewati hari-hari yang berat.

Kemunculan fenomena ini juga menambah tinggi minat orang-orang untuk berlibur ke Negara Korea Selatan. Sejak tahun 2019 hingga sekarang tercatat 276 ribu lebih wisatawan dari Negara Indonesia yang berlibur ke Korea Selatan, data ini diperoleh dari *Korea Tourism Organization (KTO)*.<sup>76</sup> Begitu juga dengan sebagian penggemar KW di Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru, rela menabung sekian lama untuk bisa pergi berwisata ke Korea Selatan. Setelah

---

<sup>75</sup>NC, *Mahasiswa ULM2*, Wawancara Pribadi, 21 Oktober 2023

<sup>76</sup>Medcom, "Mau ke Korea Selatan? Kamu Perlu Terapkan 2 Sikap Ini!", *Medcom.id*, 09 Juni 2023, <https://www.medcom.id/gaya/wisata/akWXaraK-mau-ke-korea-selatan-kamu-perlu-terapkan-2-sikap-ini>

menjadi peminat drakor dengan sangat lama, dan setelah merasakan sensasi menonton konser K-pop. Penggemar KW di dua kota ini semakin mantap untuk bepergian keluar negeri, agar dapat merasakan secara langsung bagaimana Korea Selatan yang selama ini hanya dapat dilihat melalui drakor. Dengan begitu, adanya fenomena KW juga memiliki relasi kuasa ekonomi pada bidang pariwisatanya.

#### **D. Islam sebagai Kritik terhadap *Korean Wave***

Kehidupan tidak bisa hanya diam tanpa adanya suatu kemajuan, serta tidak mungkin dalam kehidupan ini tidak mengalami suatu perkembangan. Adanya perkembangan di dalam kehidupan, menandakan bahwa manusia telah menggunakan pikirannya ke tahapan yang lebih baik dan modern. Fenomena *Korean wave* masuk ke dalam salah satu faktor perkembangan zaman. Kemajuan zaman saat ini tidak hanya dipengaruhi oleh dunia barat, tetapi juga dipengaruhi oleh beberapa negara di Benua Asia seperti halnya Negara Korea Selatan. Seluruh perkembangan zaman yang terjadi di dunia ini, dibentuk oleh ide dari tiap-tiap individu yang menuntun global menjadi lebih maju di seluruh bidang kehidupan. Sebagai seorang muslim, yang memiliki agama *rahmatan lil alamin*, segala perbuatan, sifat dan aspek kehidupan di dunia sudah diatur oleh Allah SWT. Sudah pasti harus patuh dan taat pada semua syariat dalam beragama dan tidak boleh melenceng dari hal tersebut.

Fenomena ini banyak dikenal karena pengikutnya yang fanatik, menggemari produk-produk KW secara berlebihan dan memaksakan dirinya. Di

dalam Islam, manusia di ajarkan untuk hidup sederhana seperti yang dituliskan dalam QS. Al-Furqan ayat 67. Allah Subhanahu Wa Ta'ala berfirman:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya: "Dan (termasuk hamba-hamba Tuhan Yang Maha Pengasih) orang-orang yang apabila menginfakkan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, di antara keduanya secara wajar," (QS. Al-Furqan 25: Ayat 67)

Penggemar KW sering kali terlupa akan ajaran Islam untuk hidup dengan sederhana, banyak dari mereka yang memaksakan diri untuk mengikuti perkembangan zaman dan *trend* dari fenomena KW ini. Penggemar KW cenderung berlebihan ketika sedang menikmati produk-produknya, hal inilah yang membuat besar fenomena KW. Tidak jarang penggemar KW harus menabung sangat giat dan terkesan kikir pada diri sendiri, agar dapat menikmati pengalaman yang luar biasa dalam menikmati fenomena KW. Keyakinan penggemar KW akan kehidupan yang modern dan *trendy* itu, terlampau jauh dari yang diajarkan agama Islam.

Sikap berlebih-lebihan ini juga telah disebutkan oleh Rasulullah SAW., sebanyak 3kali. Yakni “Binasalah orang-orang yang berlebihan.” (HR. Muslim). Kemudian Rasulullah juga bersabda yang berbunyi, "Janganlah kalian memberatkan diri, sehingga Allah pun membebanimu, karena suatu kaum yang telah memberatkan diri mereka, Allah juga akan membebani mereka. Itulah (yang menjadikan) mereka tetap tinggal di kuil, dan kerahiban yang mereka ada-adakan, (padahal) kami tidak mewajibkan kepada mereka." (HR. Anas bin Malik). Sikap ini jelas dilarang dalam Islam, namun masih banyak diantara penggemar KW yang tidak menjalankannya dengan patuh.

Mendukung idol kesukaan secara berlebihan dianggap hal yang wajar bagi penggemar KW, sehingga tidak jarang juga sering dianggap fanatik oleh orang-orang. Hal tersebut secara tidak sadar menggiring penggemar KW menjadi seseorang yang fanatik, sikap ini juga dilarang dalam Islam. Jika ingin menasehati seseorang yang berlebihan seperti penggemar KW ini, hendaknya menggunakan cara yang baik seperti yang dijelaskan dalam QS. An-Nahl ayat 125 :

أُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَا دِهِمْ بِأَلْسِنِي هِيَ أَحْسَنُ ۗ

إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِأَلْمُهْتَدِينَ

Artinya: "Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk."(QS. An-Nahl 16: Ayat 125)

Selain itu, keseruan ketika sedang menonton drakor juga membuat penggemar KW lalai akan waktu. sehingga hanya sedikit diantaranya yang mengingat akan Allah SWT. Padahal mengingat Allah SWT., merupakan landasan yang harus ada pada setiap diri manusia, sebab inilah tujuan dari diciptakannya manusia.