

---

---

# Konstruksi Pandangan Komunitas *Dance Cover* K-Pop di Bali terhadap Budaya Korea Selatan

Kadek Sindi Octaviani<sup>1)</sup>, I Made Anom Wiranata<sup>2)</sup>, A.A. Bagus Surya Widya Nugraha<sup>3)</sup>

<sup>1,2,3)</sup>Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

---

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti terkait konstruksi pandangan penggemar terhadap budaya Korea Selatan sebagai akibat atau dampak dari fenomena hegemoni *Korean Wave*. Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Peneliti menentukan komunitas *dance cover* K-Pop di Bali sebagai narasumber penelitian. Penelitian ini menggunakan teori hegemoni yang dikemukakan oleh Gramsci dan konstruksi identitas dalam perspektif *cultural studies* oleh Barker. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan terhadap narasumber, ditemukan sebuah fakta bahwa adanya fenomena hegemoni *Korean Wave*, khususnya K-Pop, telah memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap pandangan dan kehidupan penggemar. Pengaruh yang ditimbulkan dari persebaran *Korean Wave* ini turut membangun citra dan pandangan positif penggemar terhadap Korea Selatan melalui keberhasilan mereka dalam mempopulerkan budaya mereka ke mancanegara.

**Kata-kunci:** hegemoni, Korea Selatan, *Korean Wave*, konstruksi identitas

---

## Abstract

*This study aims to examine the fans' views on South Korean culture because of the phenomenon of Korean Wave hegemony. The research method used in this study is a qualitative research method with a case study approach. Researchers determine the K-Pop dance cover community in Bali as research sources. This study uses the theory of hegemony proposed by Gramsci and the construction of identity from the perspective of cultural studies by Barker. Based on the results of interviews conducted with informants, it was found a fact that the phenomenon of the hegemony of the Korean Wave, especially K-Pop, had a significant impact on the views and lives of fans. The influence caused by the spread of the Korean Wave has helped to build a positive image and view of fans towards South Korea through their success in popularizing their culture abroad.*

**Keywords:** hegemony, identity construction, Korean Wave, South Korea

---

## Kontak Penulis

Kadek Sindi Octaviani

---

Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana  
Gianyar, 80561  
Telp: 087861110882  
E-mail : sindiocta89@gmail.com

## PENDAHULUAN

Korea Selatan dikenal sebagai negara yang mampu menguasai dunia melalui industri hiburanya. Hal tersebut dikarenakan persebaran budaya Korea Selatan melalui *Korean Wave* yang bersifat semakin mengglobal. Kesuksesan Korea Selatan dalam membangun industri hiburanya melalui *Korean Wave* mendapatkan dukungan yang sangat optimal oleh pemerintah Korea Selatan itu sendiri. Industri budaya Korea Selatan tepatnya mulai dibangkitkan ketika pemerintah Korea Selatan menganalisa pendapatan dari serial *Jurassic Park* yang memiliki nilai ekspor yang setara dengan 1.5 juta unit mobil Hyundai. Hal inilah yang mendorong pemerintah Korea Selatan untuk membuka dan mengembangkan industri budaya negaranya (Pratiwi, 2020).

Industri kebudayaan Korea Selatan pertama kali dibuka melalui industri hiburanya, yakni melalui serial drama Korea atau yang lebih dikenal dengan K-Drama dan musik pop Korea Selatan atau yang lebih dikenal dengan K-Pop. Perusahaan-perusahaan hiburan di Korea Selatan kemudian mulai dibangun. Perusahaan-perusahaan tersebut saat ini telah menjadi raksasa industri hiburan Korea Selatan, atau yang lebih dikenal dengan sebutan *Big 3*. Sebutan ini diberikan kepada tiga perusahaan hiburan Korea Selatan yang menjadi pionir dari berkembangnya industri hiburan Korea, yakni SM Entertainment, YG Entertainment dan JYP Entertainment. Lambat laun, perusahaan-perusahaan hiburan di Korea Selatan semakin bertambah banyak dan telah menghasilkan idola-idola baru, salah satunya BTS (*Bangtan Sonyeondan*) sebagai artis K-Pop pertama yang menduduki peringkat pertama Billboard HOT 100 pada tahun 2018 dan berbagai penghargaan internasional lainnya (Mario, 2021).

Dengan persebarannya yang semakin meningkat, terbentuklah basis penggemar

musik pop Korea Selatan atau yang lebih dikenal dengan K-Pop *Lovers* (*K-Popers*). Sebagai wujud minat mereka terhadap K-Pop, para penggemar saat ini tidak hanya menunjukkan ketertarikannya pada K-Pop dengan mendengar musiknya saja. Jika dilihat-lihat pada *platform* sosial media seperti YouTube dan Instagram, saat ini telah banyak penggemar K-Pop yang membentuk komunitas *dance cover* yang bertujuan untuk menampilkan kembali tarian dari idola mereka sebagai bentuk dari ketertarikan mereka terhadap K-Pop (Bancin, 2018).

Di Bali juga terdapat cukup banyak komunitas *dance cover* K-Pop, seperti Elites, NG, NYX dan masih banyak lagi. Para anggota yang memiliki minat yang sama, berkumpul dan membentuk komunitas untuk menuangkan bakat mereka dalam menari serta minat mereka terhadap K-Pop. Melalui salah satu akun instagram *dance cover* di Bali, yakni @dancecover\_bali, dapat dilihat bahwa komunitas *dance cover* K-Pop di Bali cukup aktif mengadakan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan *dance cover* K-Pop. Dengan adanya fenomena ini kemudian munculah pertanyaan, mengapa mereka memilih *dance cover* K-Pop?

Pertanyaan tersebut muncul dikarenakan Bali yang merupakan salah satu daerah pariwisata di Indonesia dikenal dengan budaya serta adat istiadatnya yang masih sangat kental di masyarakat. Meskipun kesan budaya tradisional masih sangat melekat pada masyarakat Bali, tetapi fenomena K-Pop ini menunjukkan bahwa ternyata masyarakat Bali terbuka terhadap budaya negara luar. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam perkembangan kajian Hubungan Internasional, khususnya dalam pembahasan mengenai interaksi individu atau kelompok dengan pengaruh dari budaya asing.

## METODE

### Teori Hegemoni

Penelitian ini menggunakan teori hegemoni yang merupakan salah satu ide besar yang diperkenalkan oleh Antonio Gramsci, seorang tokoh pemikir terbesar setelah Karl Marx. Teori hegemoni ini lahir dari adanya pengaruh konteks sosial-politik dan kehidupan sosial yang dialami oleh Gramsci (Siswati, 2018). Fenomena ini kemudian mendorong lahirnya teori hegemoni Gramsci yang diartikan sebagai adanya pembagian kelas dalam masyarakat serta suatu kondisi ketika kaum penguasa mendominasi kaum di bawahnya.

Gramsci menyetujui bahwa hegemoni diperoleh melalui tercapainya konsensus daripada melalui penindasan atau paksaan terhadap kelas sosial lainnya. Konsensus diperoleh oleh penguasa terhadap kaum bawah melalui proses penguasaan ideologi serta pengembangan nilai dan moral. Gramsci mengatakan bahwa hegemoni diperoleh melalui kedudukan ideologi suatu kelompok sosial yang lebih tinggi daripada kelompok lainnya.

Berdasarkan penjelasan di atas, *Korean Wave* dapat dikategorikan sebagai salah satu fenomena hegemoni yang saat ini sedang terjadi di dunia melalui dominasi dalam lingkup kebudayaan. Dalam fenomena *Korean Wave* ini, kelompok penggemar terhegemoni oleh budaya yang dibawa oleh *Korean Wave* tersebut dan secara sukarela melakukan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan kegemaran mereka terhadap *Korean Wave*, khususnya K-Pop. Peneliti kemudian menggunakan teori hegemoni tersebut di atas untuk menganalisa adanya pengaruh dari *Korean Wave* terhadap masyarakat, khususnya untuk menganalisa fenomena hegemoni yang terjadi di kalangan komunitas *dance cover* K-Pop di Bali.

### Konstruksi Identitas dalam Perspektif Cultural Studies

Untuk melengkapi analisa penelitian, penelitian ini turut menggunakan teori konstruksi identitas sebagai bentuk dari dampak yang ditimbulkan oleh fenomena hegemoni yang terjadi. Fenomena hegemoni yang ditimbulkan oleh persebaran *Korean Wave* di kalangan masyarakat telah membuka adanya sudut pandang mengenai sebuah kebudayaan baru selain kebudayaan lokal yang telah dimiliki. Fenomena ini pada akhirnya akan mendorong terbentuk pola pemikiran dan pola kehidupan baru bagi masyarakat.

Barker dalam buku terjemahannya yang berjudul *Cultural Studies : Teori dan Praktik* memperkenalkan *cultural studies* sebagai sebuah pemikiran atau teori yang dibangun oleh para pemikir yang memandang adanya hubungan antara aspek kultural dengan politik dan kekuasaan (Barker, 2020).

Identitas merupakan bidang dalam *cultural studies* yang menjadi perhatian utama selama era 1990-an. Identitas dalam *cultural studies* mengeksplorasi proses dari seorang individu hingga menjadi sebuah "sosok", serta proses individu diproduksi sebagai subjek, dan cara individu dapat mengidentifikasi diri mereka.

Menurut Barker (2020), terbentuknya identitas tidak terlepas dari adanya konstruksi sosial dan representasi kultural melalui akulturalisasi. Berdirinya suatu identitas merupakan bagian dari konstruksi dalam aspek sosial dan budaya. Melalui konstruksi sosial dan budaya yang berbeda-beda, kemudian membentuk identitas yang berbeda pula.

Dalam kajian hubungan internasional, pernyataan mengenai terbentuknya identitas sosial atau konstruksi identitas juga didukung oleh argumentasi dari kritikus konstruktivisme sosial. Salah seorang tokoh konstruktivisme, Alexander Wendth turut mendukung pernyataan bahwa identitas bukan suatu hal

yang diberikan (*given*) atau suatu hal yang ditakdirkan dan bersifat tidak dapat dirubah. Konstruktivisme itu sendiri memandang bahwa identitas adalah sebuah hal yang dibentuk secara sadar melalui adanya interaksi (Zehfuss, 2004).

Argumentasi dan pemahaman dari identitas dalam perspektif *cultural studies* berkontribusi dalam menganalisa fenomena konstruksi identitas, sikap dan pandangan di kalangan penggemar K-Pop khususnya komunitas *dance cover* K-Pop di Bali terhadap budaya Korea Selatan melalui fenomena *Korean Wave* yang bersifat semakin mengglobal.

### Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti objek yang bersifat alamiah. Seperti yang disebutkan dalam Nurdin (2019), penelitian kualitatif yang dikenal di Indonesia adalah penelitian naturalistik (*natural setting*), yakni penelitian ini dilandaskan atas fenomena yang terjadi secara alamiah tanpa adanya manipulasi (Nurdin & Hartati, 2019). Metode penelitian kualitatif merupakan metode yang tepat digunakan untuk menggambarkan dan menjelaskan fenomena yang ingin dianalisa dalam penelitian ini dikarenakan karakteristiknya yang bersifat naturalistik dan berdasarkan fakta yang terjadi di lapangan.

Sementara itu, metode studi kasus merupakan salah satu dari pendekatan dalam metode kualitatif yang digunakan apabila peneliti ingin memahami latar belakang suatu permasalahan atau interaksi individu atau kelompok di dalam suatu unit sosial secara mendalam, intensif dan bersifat naturalistik (Nurdin, 2019). Penggunaan metode studi kasus dalam penelitian ini ditujukan untuk memetakan permasalahan yang ingin diteliti

agar lebih terfokus dan sesuai dengan permasalahan yang ingin diteliti.

### Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan penggabungan antara data primer dan data sekunder. Sumber data primer dapat diperoleh melalui metode wawancara kepada anggota komunitas *dance cover* K-Pop di Bali. Sementara itu, untuk memperoleh data sekunder, peneliti mengumpulkan jurnal, artikel dan laporan yang terkait dengan topik penelitian.

### Unit Analisis

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pemahaman unit analisis dari Neuman dalam bukunya yang berjudul *Social Research Methods : Qualitative and Quantitative Approach* (Neuman, 2014). Unit analisis menurut Neuman dapat dibagi kedalam berbagai unit, seperti individu, kelompok individu, organisasi, gerakan sosial, negara dan lain sebagainya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kelompok individu sebagai unit analisa. Kelompok individu yang dimaksud ialah komunitas *dance cover* K-Pop di Bali.

### Teknik Penentuan Informan

Berdasarkan sumber data yang telah disebutkan di atas, peneliti menggunakan sumber data primer yang diperoleh dari anggota komunitas *dance cover* K-Pop di Bali sebagai subjek penelitian. Adapun metode ini sesuai dengan *purposive (judgmental) sampling* yang merupakan metode penelitian lapangan dengan kasus dan tujuan tertentu. Dalam *purposive sampling*, sampel yang dikumpulkan tidak mewakili keseluruhan populasi yang ada. Seperti halnya dalam penelitian ini, data yang diperoleh dari komunitas *dance cover* K-Pop di Bali tidak mewakili keseluruhan penggemar K-Pop lainnya (Neuman, 2014).

Spesifikasi yang digunakan oleh peneliti dalam menentukan informan ialah dengan

mengukur seberapa lama narasumber bergabung ke dalam komunitas *dance cover* K-Pop, yakni minimal telah bergabung selama 2 tahun. Peneliti juga memfokuskan penelitian kepada anggota komunitas dari rentangan umur 17-27 tahun.

Berdasarkan spesifikasi tersebut, peneliti berhasil menemukan 10 orang narasumber dari komunitas *Elites Revolution Crew* yang merupakan salah satu komunitas *dance cover* K-Pop tertua di Bali. Adapun komunitas ini sudah berdiri sejak tahun 2013 dan berdomisili di wilayah Denpasar, Bali.

### **Teknik Analisis Data**

Proses analisis data dilakukan oleh seorang peneliti untuk bergerak lebih dalam guna memahami data dan untuk membuat interpretasi sesuai dengan data yang ditemukan (Creswell, 2009). Langkah pertama yang harus dilakukan ialah mengatur dan menyiapkan data yang akan dianalisis. Data ini dapat berupa hasil wawancara, observasi, catatan lapangan, dan lain sebagainya. Setelah data berhasil diperoleh, baca dan maknai data yang telah diperoleh secara keseluruhan. Data yang sudah diperoleh kemudian dianalisa melalui metode pengkodean (*coding*) untuk menghasilkan tema-tema berdasarkan permasalahan yang ingin diteliti. Tema-tema ini selanjutnya akan berisikan pemaparan mengenai hasil analisa penelitian yang telah dilakukan.

### **Teknik Pengumpulan dan Penyajian Data**

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara, observasi dan studi dokumen. Metode wawancara akan ditujukan kepada beberapa anggota komunitas *dance cover* K-Pop di Bali. Selanjutnya, metode observasi dilakukan untuk mengamati kegiatan-kegiatan dari komunitas *dance cover* K-Pop ini serta aktivitas-aktivitas di dalamnya. Selain itu, peneliti turut menggunakan metode studi dokumen yang dapat diperoleh melalui internet

maupun media lainnya untuk menambah referensi data dari penelitian ini. Setelah mengumpulkan data, peneliti akan menuangkan hasil dari data yang telah diperoleh melalui bentuk penarasian sesuai dengan karakteristik penelitian kualitatif.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Gambaran Umum**

#### **Fenomena Persebaran Korean Wave**

Selama beberapa dekade, persebaran budaya Korea Selatan melalui industri hiburannya telah mengalami perkembangan yang cukup pesat dan menjadi semakin populer di mancanegara. Perkembangan serta meningkatnya popularitas industri hiburan Korea Selatan tidak dapat terlepas dari peranan serta kebijakan pemerintah Korea Selatan.

Pada tahun 1994, Presiden Korea Selatan pada masa itu, Presiden Kim Young-sam, dalam pembukaan *7<sup>th</sup> Conference for The Promotion of New Economy* di Seoul, menyatakan bahwa Korea Selatan sudah siap dalam menghadapi persaingan global dalam bidang budaya khususnya dalam menghadapi fenomena *westernisasi* dari budaya-budaya Barat (Dianka, 2020).

Adapun wujud nyata dari dukungan pemerintah Korea Selatan untuk mendukung perkembangan budaya Korea dapat dilihat melalui dibentuknya lembaga khusus di bawah Kementerian Budaya, Olahraga, dan Pariwisata Korea Selatan yang bertanggung jawab dalam upaya meningkatkan persebaran budaya Korea.

Lembaga-lembaga ini merupakan badan resmi pemerintah Korea Selatan yang berada di bawah Kementerian Budaya, Olahraga, dan Pariwisata Korea Selatan. Adapun lembaga-lembaga tersebut, di antaranya *Korean Tourism Organization* (KTO), *Korean Culture and Information Service* (KOCIS), *Korean Film Council* (KOFIC), *Korea Creative Content Agency*

(KOCCA), dan *Korea Foundation for International Cultural Exchange* (KOFICE).

KTO merupakan lembaga yang bertanggungjawab atas pengembangan budaya dan pariwisata Korea Selatan yang berdampak langsung terhadap devisa negara. Ruang lingkup KTO bersifat sangat luas dikarenakan berhubungan dengan atraksi wisata yang diperkenalkan oleh *Korean Wave*, baik drama, musik, game dan lain-lain.

KOCIS bertugas untuk mempromosikan budaya Korea Selatan melalui berbagai kegiatan seni, seperti pertunjukan, pameran, dan festival, seperti musik dan film (*Korean Film Festival* dan *K-Pop Contest*). Selain itu, Lembaga ini juga bertugas dalam melakukan survey terhadap media, akademisi, dan artis internasional yang dilakukan untuk mengembangkan industri lokal Korea Selatan. KOFICE ialah Lembaga yang bertugas untuk mempromosikan dan mendukung industri perfilman Korea Selatan melalui pendanaan, penelitian, Pendidikan, dan pelatihan. Selain itu KOFICE juga mengembangkan pasar internasional guna lebih mempromosikan film Korea Selatan dan turut mempromosikan budaya mereka melalui industri perfilman.

KOCCA bertanggung jawab untuk memimpin dan memajukan konten kreatif Korea Selatan di luar maupun di dalam negeri. Industri kreatif yang dikembangkan seperti animasi, *game*, musik, *fashion*, perizinan, hak kekayaan intelektual serta bidang penyiaran. Di dalam KOCCA terdapat organisasi-organisasi khusus yang memiliki fungsi sebagai wadah inkubator untuk industri kreatif Korea Selatan. Organisasi ini terdiri dari *Content Korea Lab*, *Cel Academy*, dan *Cel Venture Complex*.

KOFICE memiliki tanggung jawab dalam bidang akademik melalui pertukaran budaya. Sejak dibentuk, lembaga ini telah melakukan berbagai program pertukaran budaya, seperti

*Enhancement of Korean Studies and Language Overseas* dan *The Korea Foundation Cultural Center*.

Selain dengan membentuk lembaga-lembaga tersebut, pemerintah Korea Selatan juga mengalokasikan dana negara untuk memfasilitasi keperluan dalam mengembangkan budaya negaranya. Bahkan di tahun 2017, anggaran nasional untuk mengembangkan budaya Korea naik menjadi 7,5 miliar dolar AS, yang mana peningkatan ini merupakan dua persen dari keseluruhan anggaran nasional (Hilda, 2018).

Selain peranan pemerintah yang sangat signifikan, persebaran *Korean Wave* turut dibantu oleh adanya badan atau pihak swasta dari Korea Selatan. Salah satu peranan pihak swasta yang sangat terlihat dalam hal ini ialah peranan dari agensi hiburan Korea Selatan. Dari sekian banyaknya agensi hiburan di Korea Selatan, terdapat tiga agensi besar yang sering disebut sebagai *The Big 3* (*Big 3*). Agensi-agensi yang tergabung ke dalam *Big 3* ini ialah SM Entertainment, YG Entertainment, dan JYP Entertainment. Ketiga agensi tersebut memiliki peranan yang sangat signifikan sebagai pelopor di bidang industri hiburan, khususnya K-Pop (Rahmiasri, 2017). Kontribusi yang diberikan oleh agensi hiburan Korea Selatan memiliki peranan yang cukup penting selain dalam meningkatkan perekonomian negara juga sebagai sarana diplomasi budaya Korea Selatan.

Diplomasi budaya Korea Selatan dalam hal ini dilakukan oleh pemerintah Korea Selatan dengan negara-negara lainnya melalui perjanjian terkait pertukaran budaya. Melalui upaya diplomasi budaya inilah, persebaran budaya Korea mulai memasuki kawasan Asia lainnya. Persebaran industri hiburan Korea Selatan di wilayah Asia dimulai pada tahun 1990an ketika Korea Selatan menghapus otoritarianisme negaranya dan mulai

melakukan kerjasama dengan negara-negara lain.

Musik pop Korea diperkenalkan di tahun yang sama dengan K-Drama, yaitu pada tahun 1997 melalui *Seoul Music Room*, salah satu program radio di Beijing. Dalam sebuah artikel dari *Beijing Youth Daily*, istilah *Hallyu* atau Gelombang Korea (*Korean Wave*) mulai diperkenalkan pada tahun 1999 dan masih digunakan sebagai nama untuk menggambarkan popularitas budaya Korea Selatan hingga saat ini.

Di Indonesia sendiri, budaya Korea mulai masuk pada tahun 2000an, tepatnya pada tahun 2002 ketika Piala Dunia usai dilangsungkan di dua negara, yakni Korea Selatan dan Jepang. Kedua negara bersepakat untuk menandatangani perjanjian kebudayaan yaitu "*Agreement between the government of the Republic of Indonesia and the government of the Republic of Korea on Cultural Cooperation*" (Sagala, 2021). Berdasarkan perjanjian tersebut, pemerintah Indonesia memperlebar kesempatan masuknya budaya-budaya Korea, seperti melalui film, musik, dan lain sebagainya. Tercatat pada tahun 2011, sebanyak lebih dari 50 serial drama Korea ditayangkan di stasiun televisi Indonesia dan terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Sementara itu, untuk musik pop Korea (K-Pop) mulai memasuki Indonesia pada tahun 2011 melalui penayangan acara musik mingguan Korea Selatan di saluran TV Indonesia, yaitu *Music Bank* di Indosiar.

Sebagai bagian dari persebaran *Korean Wave*, K-Pop memiliki dampak yang cukup signifikan terhadap perkembangan ekonomi Korea Selatan. Hal ini dikarenakan jumlah penggemar K-Pop yang cukup fantastis. *The Korea Foundation* yang berafiliasi dengan Kementerian Luar Negeri Korea, menyatakan bahwa terdapat sekiranya 89 juta penggemar K-Pop di 113 negara (Hwang, 2019).

## **Terbentuknya Basis Penggemar dan Komunitas Dance Cover K-Pop di Bali**

Melalui perkembangannya yang signifikan, *Korean Wave*, khususnya K-Pop telah menghasilkan basis penggemar yang cukup besar dari seluruh penjuru dunia. Penggemar memiliki peranan yang sangat penting dalam mendukung perkembangan K-Pop itu sendiri. Dalam sebuah artikel, Indonesia merupakan negara dengan penyumbang video K-Pop terbesar di TikTok dengan angka sebanyak 16.4% dari total 97,87 juta video K-Pop di platform TikTok tersebut. Angka ini didapatkan melalui rekapan TikTok dari tahun 2019 hingga 2021 (Vilosa, 2021).

Selain sebagai wadah untuk bertukar informasi, *fandom* K-Pop dapat menjadi wadah untuk menuangkan bakat dan kreativitas penggemar musik K-Pop, salah satunya ialah dengan membentuk kelompok atau komunitas *dance cover* K-Pop. *Dance cover* sendiri merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan untuk menarikan ulang tarian dari idola yang ingin ditiru.

Di Bali sendiri dapat ditemukan beberapa komunitas *dance cover* K-Pop yang masih aktif hingga saat ini. Beberapa komunitas ini bahkan sudah memiliki puluhan anggota dan aktif dalam melakukan *dance cover*. Salah satu komunitas *dance cover* K-Pop di Bali ialah komunitas *Elites Revolution Crew* dengan beberapa sub-unit di dalamnya, yaitu *Elites Girls*, *Elites Boys*, *Evolution*, *Flash*, *D'Light* dan *Eterna*. Komunitas ini berdiri pada tahun 2013 dan tentunya sudah memiliki banyak sekali pengalaman dalam bidang *dance cover* K-Pop.

### **Temuan dan Analisa Hasil Penelitian:**

#### **Relasi Hegemoni Budaya**

Berdasarkan teori hegemoni yang dikemukakan oleh Gramsci, pembagian kelas sosial masyarakat terbagi ke dalam kelas yang menghegemoni dan kelas yang terhegemoni.

Gramsci juga menyatakan bahwa hegemoni merupakan sebuah situasi yang merujuk kepada upaya untuk mendominasi masyarakat sehingga dapat memengaruhi kehidupan sosial masyarakat itu sendiri guna mencapai tujuan tertentu. Adapun pengaruh yang ditimbulkan akan dirasakan secara tidak sadar oleh kelompok yang terhegemoni. Kelompok yang terhegemoni tersebut secara tidak sadar akan mendukung tujuan yang ingin dicapai oleh kelompok yang menghegemoni (Patria & Arief, 2015).

Dalam hal ini Pemerintah Korea Selatan beserta pelaku industri hiburan Korea Selatan bertindak sebagai kelas yang menghegemoni. Melalui persebaran *Korean Wave*, pemerintah Korea Selatan menggunakan momentum ini untuk memperoleh tujuan nasional negaranya, seperti memenuhi kepentingan dalam hal ekonomi, politik dan kesejahteraan masyarakatnya. Pemerintah Korea Selatan turut mengupayakan agar keuntungan yang diperoleh dapat tersebar ke aspek-aspek lainnya, salah satu contohnya ialah aspek pariwisata.

Hegemoni budaya Korea Selatan melalui *Korean Wave* tercapai melalui upaya diplomasi budaya yang dilakukan oleh pemerintah Korea Selatan. Diplomasi melalui bidang kebudayaan ini menjadi salah satu sarana bagi pemerintah Korea Selatan untuk melakukan hubungan kerjasama bilateral dengan negara-negara lain, termasuk dengan Indonesia. Kerjasama tingkat konsulat antara Indonesia dengan Korea Selatan telah dimulai sejak tahun 1966 sementara hubungan diplomatik tingkat Duta Besar terjalin pada tahun 1973 (Kedubes, 2022). Melalui sejarah hubungan diplomatik kedua negara ini, terdapat berbagai kesepakatan yang telah dijalankan oleh kedua negara, dan tentunya termasuk kesepakatan dan kerjasama dalam bidang sosial budaya.

Korea Selatan kemudian membentuk *Korean Cultural Centre* di Indonesia (KCCI) sebagai pusat dari dilakukannya beragam kegiatan yang berfungsi untuk mempromosikan budaya, pariwisata, dan Konten Korea, seperti dengan menyelenggarakan festival, perlombaan dan beragam pameran (KCCI, 2022). Salah satu kegiatannya termasuk dalam menyelenggarakan K-Pop *dance cover competition* yang dinamakan dengan K-Pop *Cover Dance Festival*. Kegiatan ini rutin diselenggarakan tiap tahunnya dan bahkan bisa menarik minat dari ratusan *group dance cover* K-Pop dari berbagai wilayah di Indonesia dan mencapai 400 peserta di tahun 2022 ini (Sigit, 2022).

Adapun pemenang dari kompetisi ini akan diberangkatkan ke Korea Selatan untuk mengikuti acara final dari K-Pop *Cover Dance Festival*. Melalui kesempatan ini tentunya akan menarik minat dari para komunitas *dance cover* K-Pop yang ada di berbagai wilayah di Indonesia untuk mengikuti perlombaan berskala besar ini. Dapat dilihat bahwa kegiatan yang diselenggarakan oleh KCCI ini dapat menarik banyak sekali peminat dan memberikan pengalaman yang berkesan, khususnya bagi komunitas *dance cover* K-Pop di Indonesia.

Sementara itu, kelompok penggemar *Korean Wave* dapat dikategorikan kedalam kelas yang terhegemoni. Dalam hal ini, kelompok penggemar terhegemoni oleh pengaruh persebaran *Korean Wave* dan secara tidak sadar bertindak secara aktif untuk selalu mendukung dan mengikuti perkembangan *Korean Wave*. Kelompok penggemar *Korean Wave*, khususnya K-Pop dikenal memiliki loyalitas yang tinggi dalam mendukung idola mereka. Terdapat beragam fenomena-fenomena di sekitar yang dapat menunjukkan terjadinya hegemoni *Korean Wave*, khususnya K-Pop, seperti tren berbusana, tren kecantikan, dan bahkan saat ini terdapat

banyak sekali produk atau *brand* yang menggunakan artis Korea sebagai *Brand Ambassador* mereka (Shintya, 2022).

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, terdapat beberapa contoh dari dampak fenomena hegemoni yang terjadi dan dampaknya kepada penggemar, seperti:

**a. Bergesernya *trend* selera musik dari Western ke K-Pop**

Dalam fenomena ini, penggemar mengatakan bahwa mereka beralih selera musik dari musik *Western* ke K-Pop dikarenakan adanya beberapa perbedaan antara musik *Western* dengan K-Pop itu sendiri. Salah satu diantaranya ialah adanya perpaduan musik dengan koreografi yang menarik, yang membuat penggemar menjadi lebih tertarik kepada K-Pop. Selain itu, *merchandise* dan pernak-pernik yang ditawarkan oleh K-Pop lebih beragam dan menarik, seperti adanya *photo card*, *lightstick*, dan lain sebagainya.

Salah satu penggemar yang bernama Intan memberikan pendapatnya, yaitu:

“Dulu waktu jaman SMP masih suka sama lagu-lagu *Western* dan masih suka *update* sama lagu-lagu barunya. Kalau sekarang ditanya lagu-lagu baru dari *Western* rata-rata udah gatau, palingan *update* lagu yang sering *trending* di Tiktok, sisanya ngga” (Intan, 2021)

**b. Munculnya sifat konsumtif penggemar**

Loyalitas dan dukungan yang diberikan oleh penggemar salah satunya ditunjukkan dengan adanya upaya mereka untuk membeli segala bentuk produk atau barang yang berkaitan dengan idola mereka. Seperti yang diketahui, idola K-Pop identik dengan album dan *merchandise* mereka yang beragam. Penggemar dengan senantiasa akan membeli produk-produk tersebut sebagai bentuk dukungan mereka terhadap idola mereka meskipun harus merogoh kocek yang tidak sedikit.

Untuk mendukung pernyataan tersebut, salah seorang narasumber memberikan pernyataannya, yaitu:

“Ya, saya mengoleksi beberapa album, *photocard*, dan beberapa *merchandise* idol K-Pop. Sebagian ada yang *official* ada yang *unofficial* atau *fanart*” (Cicik, 2020)

Bukan hanya itu, dalam beberapa fenomena yang terjadi, tidak sedikit di antara para penggemar yang bahkan bersedia membeli suatu produk dari *brand-brand* yang berhubungan atau bekerjasama dengan idola mereka sebagai bentuk dukungan mereka terhadap idolanya. Saat ini tidak sedikit idola K-Pop yang bekerjasama dengan *brand-brand* terkenal, khususnya dalam bidang *fashion*, seperti Dior, Chanel, Celine, Prada, Gucci, dan lain-lain. Beberapa *brand* ini memberikan pernyataan bahwa mereka mengalami peningkatan penjualan yang cukup signifikan setelah bekerjasama dengan idola K-Pop.

Salah satu contohnya ialah kerjasama antara Lisa BLACKPINK dengan *brand fashion* ternama, yaitu Celine. Lisa BLACKPINK berhasil memberikan dampak yang cukup besar bagi *brand* Celine, khususnya dalam meningkatkan popularitas dan minat masyarakat terhadap *brand* ini. Tidak sedikit produk yang ia gunakan untuk keperluan *photoshoot* akan terjual habis dalam waktu singkat. Dalam sebuah artikel, salah satu produk Celine, yaitu tas *Celine Triomphe Bag* langsung *sold out* ketika digunakan oleh Lisa (Hachi, 2021).

**c. Berkurangnya minat terhadap budaya lokal**

Fenomena persebaran *Korean Wave* dan popularitas yang telah diraih oleh K-Pop telah menyebabkan berkurangnya minat penggemar untuk mempelajari budaya lokal. Seperti yang kita ketahui, tanah Bali terkenal dengan kebudayaan serta adat istiadat yang kental. Namun, berdasarkan wawancara yang

dilakukan dengan para narasumber, mereka menyatakan bahwa mereka tidak begitu tertarik untuk mempelajari tari tradisional Bali dikarenakan adanya pakem yang dirasa terlalu sulit untuk dipelajari jika dibandingkan dengan *modern dance* dan *dance cover* K-Pop.

**d. Terbentuknya komunitas *dance cover* K-Pop sebagai wujud dari hegemoni *Korean Wave***

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dengan para narasumber, dapat ditemukan jawaban bahwa beberapa diantara mereka bergabung ke dalam komunitas *dance cover* K-Pop agar bisa berpenampilan seperti idola K-Pop.

Selain itu, beberapa diantara mereka juga menekuni kegiatan *dance cover* ini dan merubahnya menjadi sumber penghasilan mereka. Penghasilan ini biasa mereka peroleh jika berhasil memenangkan K-Pop *dance cover competition*, menjadi juri perlombaan *dance cover*, mengisi acara, dan melalui *workshop* khusus K-Pop *dance cover*. Penghasilan yang mereka dapatkan dari kegiatan-kegiatan ini membuat mereka menjadi semakin intens dalam menekuni kegiatan *dance cover* K-Pop.

Salah seorang narasumber, yaitu Anggi, yang merupakan sarjana dari program studi Sastra Jepang, Universitas Udayana, memberikan beberapa jawaban terkait dengan pernyataan ini. Sembari mencari peluang pekerjaan yang sesuai dengan jurusannya, ia memanfaatkan hobinya, yaitu *dance cover* K-Pop, dengan menjadi pelatih untuk beberapa kegiatan *workshop dance cover* K-Pop dan menjadi juri dalam K-Pop *dance cover competition* yang sering diadakan di wilayah Denpasar. Dalam satu *event dance cover competition*, satu orang juri mendapatkan bayaran sekitar Rp 1.000.000 bahkan lebih.

Narasumber menyatakan bahwa selain dapat menjalankan hobinya, ia juga menjadikan

*dance cover* K-Pop sebagai sebuah pekerjaan. Melalui pekerjaannya sebagai pelatih dan juri dalam kegiatan *dance cover* K-Pop, ia mendapatkan kesempatan untuk melakukan hobinya dan mendapatkan bayaran dari jasanya sebagai seorang pelatih atau juri. Hal ini turut memotivasi anggota komunitas *dance cover* K-Pop untuk melakukan hal serupa.

**Konstruksi Pandangan terhadap Budaya Korea Selatan**

Berdasarkan pengertian dari konstruksi identitas yang dikemukakan oleh Barker, konstruksi identitas seseorang dapat terbentuk dari aktivitas dan kebiasaan-kebiasaan yang dilakukan. Seperti halnya kebiasaan-kebiasaan yang dilakukan oleh anggota komunitas *dance cover* K-Pop di Bali dapat menjadi salah satu alasan yang mendorong pembentukan identitas mereka. Kebiasaan mereka dalam menirukan idola K-Pop telah memengaruhi kehidupan mereka sehari-hari.

Hal ini turut didorong dengan adanya hegemoni *Korean Wave* di kalangan penggemar secara tidak langsung telah membentuk sebuah kebiasaan baru bagi mereka. Seperti halnya pengertian dari konstruksi identitas itu sendiri, konstruksi identitas merupakan sebuah proses yang terjadi sebagai akibat dari adanya kebiasaan yang dilakukan seseorang secara terus-menerus, kemudian kebiasaan-kebiasaan ini memengaruhi konstruksi identitas yang terjadi pada diri mereka.

Seperti yang terjadi di dalam komunitas *dance cover* K-Pop di Bali, kebiasaan-kebiasaan yang mereka lakukan secara tidak langsung membuat mereka mengkonstruksikan identitas mereka untuk menjadi seperti idola K-Pop. Beberapa pengaruh yang diberikan oleh idola-idola K-Pop telah memengaruhi kebiasaan-kebiasaan penggemar dalam kehidupan mereka sehari-hari, seperti:

## Mengikuti Gaya Berbusana dan Berpenampilan ala Idola K-Pop

Seperti yang kita ketahui, idola K-Pop memiliki gaya berpakaian yang khas dan menjadi salah satu daya tarik bagi penggemarnya. Terkait fenomena ini, peneliti turut mempertanyakan terkait dampak dari aktivitas *dance cover* K-Pop terhadap kehidupan sehari-hari dari para narasumber. Salah satu narasumber, mengatakan bahwa:

“Karena kita terbiasa *dance cover* yang notabene ngikutin *style idol* K-Pop jadi secara ga langsung hal itu berdampak ke kehidupan kita sehari-hari, terutama dari cara kita pilih-pilih *fashion style* biar mirip sama idol K-Pop” (Intan, 2021)

Melalui pernyataan ini, dapat diperhatikan bahwa kebiasaan narasumber dalam mengikuti kegiatan-kegiatan *dance cover* K-Pop yang mengharuskan mereka untuk tampil semirip mungkin dengan idola yang mereka tiru telah memberikan dampak ke kehidupan mereka sehari-hari, khususnya dalam hal memilih-milih gaya berpakaian agar terlihat seperti idola K-Pop.

## Mempelajari Budaya dan Bahasa Korea

Pemerintah Korea Selatan mempresentasikan budaya yang mereka miliki melalui *Korean Wave*, salah satunya melalui K-Pop. Berdasarkan pengaruh dari K-Pop, penggemar memiliki keinginan untuk lebih mengetahui tentang budaya-budaya Korea Selatan dan bahkan bisa berbahasa Korea. Salah satu narasumber turut menanggapi pernyataan ini, yaitu:

“Karena budaya Korea Selatan sangat menarik untuk di pelajari, apalagi kalau kita dapat berkunjung kesana, kita dapat menerapkan apa yang kita pelajari dan itu pasti akan mendapatkan respon baik dari masyarakat Korea Selatan. Budaya yang sangat ingin dipelajari adalah Bahasa Korea” (Lita, 2021)

Pernyataan ini menunjukkan bahwa adanya keinginan untuk mempelajari budaya Korea Selatan, khususnya Bahasa Korea agar mendapatkan respon yang positif dari masyarakat lokal Korea Selatan jika suatu saat mereka berkesempatan untuk berkunjung ke sana.

## Pandangan Positif Narasumber terhadap Budaya Korea Selatan

Berdasarkan wawancara dengan narasumber, sebagian besar bahkan hampir seluruhnya memberikan pandangan positif mereka terkait Korea Selatan. Beberapa di antara mereka mengetahui budaya-budaya Korea Selatan melalui *Korean Wave*, khususnya dari K-Pop dan K-Drama. Selain itu, banyak di antara mereka yang tertarik untuk mengetahui lebih mendalam terkait kebudayaan lainnya yang dimiliki oleh Korea Selatan, seperti pernyataan dari salah satu narasumber, yaitu Anny, sebagai berikut:

“Korsel (Korea Selatan) berhasil membangun citra negaranya melalui K-Pop atau *Hallyu* itu sendiri. Banyak orang-orang di luar sana yang tau informasi tentang Korsel dari K-Pop. Contohnya kayak destinasi wisata terkenal, produk *skincare* dan *fashion*. Tidak sedikit juga orang-orang *pengen* datang ke Korsel karena efek *Hallyu* atau K-Pop tadi.” (Anny, 2021)

Berdasarkan pernyataan tersebut, narasumber meyakini bahwa Korea Selatan berhasil membangun citra negaranya melalui *Korean Wave*, khususnya K-Pop. Selain itu ia juga mengetahui informasi-informasi seputar Korea Selatan melalui *Korean Wave*, seperti destinasi wisata yang terkenal, produk *skincare* dan *trend fashion*. Selain itu, narasumber juga menyatakan bahwa pengaruh yang diberikan oleh *Korean Wave* membuat masyarakat atau peminatnya berkeinginan untuk berkunjung ke Korea Selatan. Melalui *Korean Wave*, industri

pariwisata dan produksi dalam negeri Korea Selatan menjadi turut berkembang.

Narasumber lainnya turut menambahkan:

“Korsel sangat berhasil mencuri hati semua orang diseluruh dunia dengan Kpop, dari K-Pop orang-orang mulai belajar tentang bahasa Korea, budaya Korea, maupun makanan mereka, dan ini menjadikan Korea Selatan mendapatkan tempat tersendiri dihati para penggemar K-Pop” (Lita, 2021)

Melalui pernyataan ini, dapat diperhatikan bahwa keberhasilan dari persebaran *Korean Wave* turut mendorong para penggemar untuk mempelajari Bahasa Korea. Hal ini menjadi sebuah keuntungan bagi Korea Selatan dikarenakan meningkatnya minat masyarakat untuk mempelajari Bahasa Korea. Selain itu, kebudayaan-kebudayaan dan keunikan yang dimiliki oleh Korea Selatan berhasil mencuri perhatian penggemar dan memiliki tempat tersendiri di hati mereka.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Melalui penelitian ini dapat disimpulkan bahwa fenomena hegemoni *Korean Wave* benar terjadi di kalangan masyarakat kita. Fenomena hegemoni *Korea Wave* terjadi melalui upaya-upaya yang dilakukan oleh pemerintah Korea Selatan dalam mempromosikan kebudayaan mereka. Salah satu upaya tersebut ialah dengan menggunakan kebudayaan mereka sebagai sarana diplomasi dengan negara-negara lainnya atau yang lebih dikenal dengan diplomasi budaya. Indonesia menjadi salah satu negara yang mengadakan diplomasi budaya dengan Korea Selatan.

Hubungan kerjasama bilateral antara Indonesia dengan Korea Selatan telah terjalin sejak tahun 1966 dan telah menghasilkan beragam kesepakatan diantara kedua negara ini, salah satunya ialah kesepakatan dalam hal

mempromosikan kebudayaan masing-masing negara.

Pemerintah Korea Selatan kemudian membentuk Korean Cultural Center di Indonesia (KCCI) guna mempromosikan kebudayaan Korea Selatan, khususnya di Indonesia. KCCI telah melakukan beragam kegiatan untuk menyukseskan upaya promosi kebudayaan ini, seperti dengan melakukan kompetisi, pameran dan beragam festival. Adapun salah satu kompetisi yang rutin mereka selenggarakan tiap tahunnya ialah *K-Pop Cover Dance Festival*. Kegiatan ini merupakan kompetisi *dance cover* K-Pop yang berada di tingkat nasional. Bahkan pada penyelenggaraannya di tahun 2022 ini, *K-Pop Cover Dance Festival* berhasil menarik sebanyak 400 peserta dari berbagai wilayah di Indonesia. Hal ini menunjukkan antusiasme yang tinggi dari para komunitas *dance cover* K-Pop yang ada di Indonesia.

Selain itu, berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dengan para narasumber dapat ditemukan bahwa adanya fenomena-fenomena yang mendukung keberhasilan hegemoni *Korean Wave*, seperti perubahan tren selera musik, munculnya sifat konsumtif penggemar, perubahan perilaku dan kebiasaan dalam kehidupan sehari-hari, dan lain sebagainya. Adapun fenomena-fenomena ini tidak mereka sadari sebagai bentuk dari adanya sebuah hegemoni melainkan sebagai bentuk kegemaran dan hobi mereka.

Pernyataan-pernyataan di atas dapat menunjukkan bahwa hegemoni *Korean Wave* yang terjadi telah berhasil memengaruhi para penggemar dan tidak mereka sadari secara penuh. Hal ini sejalan dengan pengertian dari hegemoni oleh Gramsci yang menegaskan terjadi upaya dalam mencapai sebuah konsensus tanpa adanya paksaan yang

cenderung tidak disadari oleh kelompok yang terhegemoni.

Selain itu, berdasarkan wawancara dengan para narasumber, dapat disimpulkan bahwa fenomena hegemoni *Korean Wave* yang terjadi tuurt memengaruhi perilaku dan pandangan mereka terhadap Korea Selatan dan budaya yang mereka miliki. Salah satu perubahan perilaku yang terjadi pada para penggemar ialah perubahan dalam gaya berbusana dan penggunaan Bahasa Korea dalam keseharian mereka. Fenomena ini didorong oleh kebiasaan-kebiasaan mereka yang rutin melakukan kegiatan yang berhubungan dengan *dance cover* K-Pop. Selain itu muncul pula keinginan mereka untuk mempelajari budaya Korea Selatan dan berkunjung kesana.

Keseluruhan dari para narasumber juga memiliki pandangan yang positif terhadap Korea Selatan dan upaya mereka dalam mempromosikan kebudayaan melalui *Korean Wave*. Mereka memandang bahwa K-Pop dan *Korean Wave* menjadi salah satu keberhasilan dan citra positif dari Korea Selatan.

Hal ini sejalan dengan konstruksi identitas yang dipaparkan oleh Barker. Perubahan perilaku, sikap dan pandangan seseorang terbentuk berdasarkan kebiasaan-kebiasaan kultural yang mereka lakukan. Khususnya pada komunitas *dance cover* K-Pop yang dibiasakan dengan konsep “meniru” idola K-Pop. Hal ini mendorong mereka untuk berkeinginan menjadi atau berpenampilan seperti idola K-Pop itu sendiri.

### Saran

Tidak dapat dipungkiri bahwa penelitian ini masih penuh dengan kekurangan. Terlebih dengan adanya fenomena Covid-19 yang cukup memengaruhi proses pengambilan dan pengumpulan data. Adapun beberapa saran yang sekiranya dapat peneliti berikan untuk penelitian selanjutnya, ialah agar mampu

memaksimalkan metode penelitian studi kasus yang digunakan untuk memperoleh data yang lebih beragam namun tetap terfokus. Selain itu peneliti mengharapkan adanya pengoptimalan dalam metode wawancara yang digunakan agar tidak hanya terpaku pada susunan pertanyaan namun bisa menggali lebih dalam informasi yang sekiranya dapat diperoleh melalui para narasumber

### Daftar Pustaka

- Bancin, E. L. (2018). *K-Popedia: K-Pop dance cover, media fans untuk menyalurkan hobi menari*. Kumparan.Com.  
<https://kumparan.com/kumparank-pop/k-popedia-k-pop-dance-cover-media-fans-untuk-menyalurkan-hobi-menari/full>
- Barker, C. (2020). *Cultural studies : Teori dan praktik* (H. Purwanto (ed.); XII). Kreasi Wacana.
- Creswell, J. W. (2009). *Research design : Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. In 3rd (Ed.), *SAGE Publications*. SAGE Publicatins Inc.  
<https://doi.org/10.2307/1523157>
- Dianka, A. A. (2020). *Balada K-Pop dan drakor: Antara penawar atau biang kerok reresi ekonomi Korea*. Tren Asia.  
<https://www.trenasia.com/balada-k-pop-dan-drakor-antara-penawar-dan-biang-kerok-reresi-ekonomi-korea/>
- Hachi. (2021). *BLACKPINK Lisa's impact on Celine is so great that she gets her own "Lisa bag."* <https://kbizoom.com/blackpink-lisas-impact-on-celine-is-so-great-that-she-gets-her-own-lisa-bag/#:~:text=No one can deny Lisa's influence on Celine,brand's first global ambassador in Celine's 75-year history.>
- Hilda. (2018). *Peran pemerintah Korea terhadap K-Pop*. Era.Id.  
<https://era.id/lounge/5398/peran-pemerintah-korea-terhadap-k-pop>

- Hwang, J. E. (2019). *K-pop fans are creative, dedicated and social - we should take them seriously*. <https://theconversation.com/k-pop-fans-are-creative-dedicated-and-social-we-should-take-them-seriously-119300>
- Jenkins, H. (2006). *Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring Participatory Cultur*. New York University Publisher.
- KCCI. (2022). *Berita KCCI*.
- Kedubes, K. (2022). *Sejarah Hubungan Diplomatik*. [https://overseas.mofa.go.kr/id-id/wpge/m\\_2717/contents.do](https://overseas.mofa.go.kr/id-id/wpge/m_2717/contents.do)
- Mario, V. (2021). *Cetak Sejarah Baru, BTS Jadi Grup Asia Pertama yang Menangi IFPI Global Recording Artist of The Year Award 2020*. <https://www.kompas.com/hype/read/2021/03/05/111614366/cetak-sejarah-baru-bts-jadi-grup-asia-pertama-yang-menangi-ifpi-global>
- Neuman, L. (2014). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches*. Pearson Education Limited, 7. <https://doi.org/10.1042/cs0610362>
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi penelitian sosial* (Lutfiah (ed.)). Media Sahabat Cendekia.
- Patria, N., & Arief, A. (2015). *Antonio Gramsci : Negara dan hegemoni* (E. Prasetyo (ed.); IV). Pustaka Pelajar.
- Pratiwi, N. (2020). *Hallyu atau Gelombang Kpop*. <https://www.rancah.com/entertainment/108873/hallyu-atau-gelombang-kpop/>
- Rahmiasri, M. (2017). *Mengenal 3 Agensi Hiburan Terbesar di Korea Selatan*. <https://kumparan.com/kumparank-pop/mengenal-3-agensi-hiburan-terbesar-di-korea-selatan/full>
- Sagala, A. T. (2021). *Hallyu Wave: Bentuk Diplomasi Budaya Korea Selatan terhadap Indonesia*. <https://yoursay.suara.com/kolom/2021/11/11/070746/hallyu-wave-bentuk-diplomasi-budaya-korea-selatan-terhadap-indonesia>
- Shintya, R. (2022). *Fenomena Korean Wave, Hegemoni Budaya K-Pop di Indonesia*.
- Sigit, A. (2022). *Keren! MAVROZ dari Jogja Siap Tampil di K-Pop Cover Dance Festival di Seoul*. <https://www.krjogja.com/berita-lokal/read/474381/keren-mavroz-dari-jogja-siap-tampil-di-k-pop-cover-dance-festival-di-seoul>
- Siswati, E. (2018). *Anatomi teori hegemoni antonio gramsci*. *Translitera : Jurnal Kajian Komunikasi Dan Studi Media*, 5(1), 11–33. <https://doi.org/10.35457/translitera.v5i1.355>
- Vilosa, O. (2021). *Indonesia Penyumbang Terbanyak Video Kpop di TikTok*. <https://www.solopos.com/indonesia-penyumbang-terbanyak-video-kpop-di-tiktok-1195738>
- Zehfuss, M. (2004). *Constructivism in Internasional Relations: The Politics of Reality*. Cambridge University Press.