

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan globalisasi dunia saat ini berjalan dengan sangat pesat, hal ini bisa dilihat dari persaingan yang terjadi antara pelaku usaha yang bergerak di berbagai sektor usaha yang bermunculan saat ini, khususnya dibidang industri hiburan, dimana industri hiburan merupakan suatu usaha yang sangat digemari oleh masyarakat luas. Hal inilah yang menjadi salah satu alasan banyaknya negara – negara lain yang mencoba masuk kedalam pasar hiburan di Indonesia dan mencoba memperkenalkan budaya dari negara mereka ke tanah air. Dimana perkembangan usaha di industri hiburan ini sangat disambut baik oleh masyarakat di Indonesia dan tentu saja khususnya masyarakat di Bandar Lampung.

Dari hal tersebut mulai terjadilah pergeseran budaya, dimana masyarakat di Indonesia dan khususnya bagi masyarakat Bandar Lampung yang sebelumnya hanya mengkonsumsi hiburan dari tanah air kini sudah mulai beralih mengkonsumsi hiburan yang berasal dari budaya negara lain di luar Indonesia yang mulai berkembang di Tanah air seperti *Hollywood*, *Bollywood*, Turki dan Korea.

Dan salah satu budaya yang menyita perhatian dari sebagian masyarakat di Indonesia hingga saat ini ialah budaya populer Korea atau yang dikenal dengan istilah *Hallyu Wave* atau *Korean Wave* yang merupakan istilah untuk menggambarkan bagaimana pesatnya perkembangan budaya populer Korea Selatan secara global di berbagai negara di dunia termasuk di Indonesia.

Beberapa tahun belakangan ini demam korea atau *Korean Wave* telah masuk kedalam pasar industri di Indonesia, dengan sangat cepat. Hal ini dapat terlihat bagaimana antusiasme dari warga Indonesia yang dengan cepat menerima budaya yang dibawa dari negeri gingseng tersebut.

Dimana korea mencoba mengenalkan budaya mereka melalui drama – drama korea yang tayang di beberapa stasiun televisi swasta serta *boyband* dan *girlband* yang tidak hanya menampilkan genre music pop korea yang enak untuk didengar, tetapi penampilan mereka pun benar – benar disiapkan dari segi kostum, aksesoris, tarian hingga olah tubuh mereka sengaja dibuat seragam. Dimana gaya berpakaian mereka terkenal unik sehingga mampu membuat trend baru dikalangan masyarakat terutama remaja yang sedang menggandrungi idola mereka.

Selain drama dan musik, bukti lain dari tingginya popularitas budaya korea di Indonesia, seperti banyak usaha salon yang mempromosikan pewarnaan dan pemotongan rambut ala idola K-pop, banyaknya buku – buku bernuansa korea seperti teenlit, novel, fan fiction dan segala hal yang berhubungan dengan para idola banyak diterbitkan oleh para penerbit, semakin maraknya bermunculan kuliner asal Korea Selatan, serta produk – produk kecantikan dari korea yang memakai endorser idola – idola dari korea ramai diserbu pembeli yang sebagian besar merupakan penggemar ataupun penikmat hiburan dari korea.

Budaya *Korean wave* yang melanda Indonesia saat ini tidak hanya berkaitan dengan drama dan music nya saja, tetapi budaya populer dari Korea ini semakin meluas dalam kehidupan sehari – hari para penggemarnya seperti fashion, gaya hidup, dan sebagainya. Bahkan para penyuka *Hallyu Wave* yang hampir di dominasi oleh para remaja yang telah terpengaruh oleh budaya korea tersebut mulai mengikuti cara berpakaian, gaya rambut, gaya

bicara, sampai gaya hidup dari para idola mereka. Hal inilah yang membuat para pemilik modal maupun pengusaha untuk dapat menciptakan pasar mereka, dimana dengan menciptakan pasar yang sesuai dengan kondisi dari mewabahnya demam *Hallyu Wave* ini maka akan membuat terbentuknya sebuah masyarakat atau sekelompok orang yang konsumtif.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2007 : p.456) budaya adalah keseluruhan kepercayaan, nilai – nilai dan kebiasaan yang dipelajari yang dapat membantu mengarahkan perilaku konsumen pada anggota masyarakat tertentu. Budaya meliputi pengamatan yang menyeluruh terhadap sifat – sifat masyarakat secara utuh termasuk didalamnya bahasa, pengetahuan, hukum, agama, kebiasaan makan, musik, kesenian, teknologi, pola kerja, produk dan benda – benda lain yang menunjukkan sesuatu yang khas tentang masyarakat yang bersangkutan.

Sama halnya dengan industri *Hallyu Wave* di Indonesia tidak mungkin akan maju seperti ini tanpa adanya andil yang cukup besar dari penggemar maupun penikmat hiburan dari negeri gingseng tersebut di tanah air yang semakin hari semakin meningkat, bahkan mereka tidak akan ragu – ragu untuk membeli segala macam barang yang berhubungan dengan idolanya tanpa memperdulikan berapa pun harganya, karena jika itu berhubungan dengan idolanya akan tetap dilakukan. Seperti harga tiket yang mahal seolah tidak menjadi masalah bagi penonton demi melihat langsung idola mereka diatas panggung, baik dalam hal bernyanyi maupun performance para idol diatas panggung membuat penonton sangat antusias untuk menyaksikan secara langsung idola mereka. Berikut adalah beberapa konser K-pop yang dilaksanakan di Indonesia.

Tabel 1.1 Data Jumlah Penonton Konser K-pop di Indonesia 2015 – awal 2016

14 Februari 2015	Taeyang	Tennis Indoor Senayan	± 3.300 penonton
28 Maret 2015	2 pm	Istora Senayan GBK	± 6.000 penonton
3 Mei 2015	Super Junior	ICE BSD City	± 10.000 penonton
1 Agustus 2015	Big Bang	ICE BSD City	± 10.000 penonton
15 November 2015	Infinite	Tennis Indoor Senayan	± 7.000 penonton
2 Januari 2016	Super Junior K.R.Y	ICE BSD City	± 10.000 penonton
27 Februari 2016	EXO	ICE BSD City	± 12.000 penonton

sumber : Mecimapro Entertainment

Dari data diatas dapat dilihat jika konser k-pop yang dilaksanakan di Indonesia selalu berhasil menyedot perhatian masyarakat di tanah air, dilihat dari jumlah penonton yang selalu membeludak membuktikan bagaimana idol Korea Selatan tersebut selalu dinantikan kehadirannya di Indonesia.

Selain penjualan tiket konser yang selalu *sold out* ,segala macam *merchandise* yang berhubungan dengan k-pop pun selalu laris dipasaran. Cara mendapatkannya pun terbilang tidak terlalu mudah, contohnya jika kita ingin membeli album dari idola kesukaan kita, biasanya harus memesan terlebih dahulu kepada fansclub – fansclub yang sudah tersebar di Indonesia, untuk jumlah dari penjualan album musik K-pop pun bisa dibilang cukup tinggi jika dibandingkan dengan penjualan album dari negeri sendiri.

Tabel 1.2 Data Penjualan Album K-pop di Asian Music Store Indonesia 2016

<b>Bulan</b>	<b>Album Lokal</b>	<b>Album K-pop</b>
Januari	52 buah	80 buah
Februari	52 buah	100 buah
Maret	30 buah	95 buah
April	49 buah	100 buah
Mei	60 buah	179 buah
Juni	45 buah	125 buah
Juli	127 buah	180 buah
Agustus	78 buah	176 buah
September	167 buah	107 buah
Oktober	123 buah	152 buah
November	134 buah	130 buah
Desember	129 buah	140 buah
<b>Total</b>	<b>1046 buah</b>	<b>1564 buah</b>

sumber : Asian Music Store Indonesia

Dari data penjualan album sepanjang tahun 2016 diatas bisa dikatakan untuk penjualan album dari penyanyi dalam negeri terbilang masih kalah jika dibandingkan dengan penjualan album dari penyanyi Korea. Walaupun untuk harga album K-pop masih lebih tinggi dari harga album penyanyi asli Indonesia, tidak membuat geliat penggemar K-pop dalam membeli album idolanya surut.

Kesuksesan korea dalam menyebarkan *hallyu wave* tidak hanya dalam bidang musiknya saja,beberapa waktu belakangan ini di bidang seni peran seperti serial drama maupun film yang berasal dari negeri gingseng ini sedang banyak digandrungi di Indonesia, para penikmatnya mulai dari kalangan remaja hingga orang dewasa. Drama maupun film korea bisa dikatakan banyak digandrungi daripada sinetron dalam negeri, hal ini disebabkan

karena beberapa hal, seperti alur cerita yang sesuai dengan porsinya, visual dari para pemainnya karena harus diakui daya tarik pertama dari Kdrama adalah visual para bintang yang membintanginya. Selain itu jumlah episode yang tidak terlalu panjang membuat para penonton tidak merasakan bosan berbeda dengan sinetron Indonesia yang memiliki durasi episode yang cukup panjang dan secara tidak langsung membuat penonton menjadi bosan dan jenuh. Seiring kesuksesan drama maupun film korea di tanah air membuat rumah produksi di Indonesia mencoba mengadaptasinya dan membuat sinetron yang mirip dengan jalan cerita dari drama ataupun filmnya, walaupun pada akhirnya sinetron tersebut dianggap gagal, karena penonton sudah tidak berselera untuk menonton tayangan yang memiliki jalan cerita yang sama. Berikut adalah beberapa tayangan Kdrama yang tayang di Indonesia dan cukup terkenal hingga saat ini

Tabel 1.3 Drama Korea yang tayang di beberapa stasiun televisi Indonesia

No	Judul Kdrama	Stasiun Televisi
1.	Endless Love	Indosiar
2.	Winter Sonata	Indosiar
3.	Full House	Indosiar
4.	Jewel In the Palace	Indosiar
5.	Boys Before Flowers	Indosiar
6.	Princess Hours	Indosiar
7.	Secret Garden	Indosiar
8.	My Love From The Star	RCTI
9.	Descendant Of The Sun	RCTI
10.	Goblin	TVN

Sumber : Kdrama and Kpop Indonesia

Data diatas membuktikan Keberhasilan drama Korea mengambil hati masyarakat Indonesia terbukti dengan tingginya minat penonton terhadap drama Korea yang pertama kali ditayangkan saat itu, yaitu *Endless love*. Sukses *Endless love* membuat stasiun televisi lokal lebih gencar mengimpor drama dari negeri ginseng. Drama seperti *Winter Sonata*, *Full House*, *Princess Hours* sampai *Boys Before Flower* tak kalah suksesnya menarik perhatian masyarakat. Bahkan, para pemain yang ada dalam drama-drama tersebut telah menjadi idola baru di kalangan masyarakat Indonesia. betapa Kdrama dengan mudahnya menarik perhatian masyarakat Indonesia untuk menontonnya, walaupun sudah tidak banyak stasiun televisi yang menyiarkan drama korea, tetapi tidak membuat surut pecinta tayangan drama korea untuk selalu menonton drama terbaru dari korea, mengingat akses internet yang sudah semakin canggih memudahkan para pecinta Kdrama untuk mendapatkan info terbaru tentang drama – drama yang akan tayang.

Kesuksesan Korea dalam bidang musik dan drama nya membuat lagu pop maupun dramanya dengan mudah diterima oleh masyarakat Indonesia. Selain itu, komoditas dan artis korea juga memberi dampak yang besar pada budaya konsumsi mulai dari makanan, fashion, make up dan berbagai hal lainnya yang berhubungan dengan *Hallyu Wave*. Pesatnya perkembangan yang dialami oleh industri budaya Korea melalui produk tayangan drama televisi, film, dan musik menjadikannya suatu fenomena yang menarik perhatian masyarakat luas.

Masyarakat Indonesia yang cenderung konsumtif dan hal ini bahkan menjadi budaya dari sebagian masyarakat luas dari dulu hingga saat ini, budaya tersebut diantaranya adalah budaya berbelanja. Banyaknya pusat – pusat perbelanjaan maupun *online shop* yang menyediakan produk – produk yang berhubungan dengan *hallyu wave* ramai akan pengunjung dan orderan pada

saat tertentu, karena banyak masyarakat yang mempunyai pemasukan lebih. Bagi masyarakat yang mengikuti budaya korea sehingga cenderung menyukai pakaian ataupun produk – produk yang digunakan artis korea membuat mereka tidak ragu untuk membeli maupun mengkonsumsi produk – produk tersebut, seiring dengan perkembangan budaya korea di Indonesia membuat sebagian masyarakat luas menjadi terbiasa mengkonsumsi segala hal yang berhubungan dengan *hallyu wave*, dan menyebabkan mulai terjadinya pergeseran budaya di kalangan masyarakat yang dimana jika sebelumnya hampir seluruh masyarakat di tanah air terbiasa mengkonsumsi budaya dari dalam negeri, barat maupun india tetapi sejak budaya korea masuk dan perlahan mewabah di Indonesia secara tidak langsung membuat hampir sebagian masyarakat mulai beralih menikmati segala hal baru yang dibawa oleh budaya dari negeri gingseng tersebut. Budaya mempunyai pengaruh yang paling luas dan paling dalam terhadap perilaku konsumtif seseorang.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2007 : p.6) perilaku konsumen adalah proses yang dilalui oleh seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan bertindak pasca konsumsi produk, jasa maupun ide yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhannya. Tentunya perilaku yang mempengaruhi konsumsi masyarakat terhadap mewabahnya *Hallyu Wave* atau *Korean Wave* ini didasari oleh faktor kebudayaan yang dibawa oleh Korea Selatan ke Indonesia.

Dari uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul :

**“Pengaruh Budaya Korean Wave Terhadap Perilaku Konsumen Di Bandar Lampung”**

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas maka permasalahannya adalah Apakah Budaya Korean Wave berpengaruh terhadap perilaku konsumen di Bandar Lampung ?

## 1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini adalah sebagai berikut :

### 1.3.1 Ruang Lingkup Subjek

Subjek dalam penelitian ini adalah para penggemar dan penyuka *Hallyu wave* atau *Korean wave* di Bandar Lampung.

### 1.3.2 Ruang Lingkup Objek

Objek penelitian ini adalah Perilaku Konsumen di Bandar Lampung.

### 1.3.3 Ruang Lingkup Tempat

Ruang lingkup tempat atau lokasi penelitian ini adalah dilakukan di kota Bandar Lampung.

### 1.3.4 Ruang Lingkup Waktu

Waktu yang ditentukan pada penelitian ini adalah waktu yang didasarkan pada kebutuhan penelitian yang dilakukan mulai bulan Oktober 2016 hingga Februari 2017.

### 1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Penelitian

Ruang lingkup ilmu penelitian dari penelitian ini adalah Manajemen Pemasaran, Perilaku Konsumen, Pengaruh Budaya dan Perkembangan budaya Korean wave di Indonesia.

## 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah : Untuk mengetahui pengaruh dari budaya Korean Wave terhadap perilaku konsumen di Bandar Lampung.

## 1.5 Manfaat Penelitian

### 1.5.1 Bagi peneliti

Sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi pada jurusan Manajemen IBI Darmajaya.

### 1.5.2 Bagi Institusi

Dapat menambah referensi perpustakaan IBI Darmajaya.

### 1.5.3 Bagi Penggemar Korean Wave (*hallyu wave*)

Agar penggemar dan penikmat industry hiburan korea dapat mengetahui pengaruh yang ditimbulkan oleh Budaya Korean wave.

### 1.5.4 Bagi para Pelaku Usaha

Agar para pelaku usaha bisa mencoba membuka usaha yang berkaitan atau berhubungan dengan para idola korea tersebut.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

### **1.6.1 BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika dalam penulisan skripsi.

### **1.6.2 BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi tentang landasan teori yang mendukung dalam penelitian, kerangka pemikiran dan Hipotesis.

### **1.6.3 BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, variable penelitian, analisis data dan pengujian hipotesis.

### **1.6.4 BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menguraikan tentang hasil dan pembahasan berisi gambaran umum objek penelitian, analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

### **1.6.5 BAB V : SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran yang dapat bermanfaat bagi peneliti maupun bagi pembaca.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN