

## **DIPLOMASI BUDAYA KOREA DI INDONESIA: ANALISIS PENGARUH *KOREAN WAVE* TERHADAP BUDAYA LOKAL**

**Euis Ammelia<sup>1</sup>, Facita Siti Mahfuzizi<sup>2</sup>, Raiga Putri<sup>3</sup>, Rahmat Fikri Riyanto<sup>4</sup>**

1,2,3,4Universitas Maritim Raja Ali Haji, Kota Tanjungpinang, Kepulauan Riau

Email Korespondensi: euisammelia@umrah.ac.id

**Abstrak:** Artikel ini mengkaji dan menganalisis fenomena *Korean Wave* (gelombang Korea) yang telah menjadi tren global dalam beberapa dekade terakhir, termasuk di Indonesia. *Korean Wave* dimanfaatkan sebagai alat diplomasi budaya dalam bentuk *soft power* yang efektif dan efisien dalam meningkatkan citra serta perekonomian Korea Selatan, tanpa memerlukan intervensi kekerasan seperti pada *hard power*. Artikel ini menggunakan teori Joseph Nye yang menyatakan bahwa *soft power* merupakan kecakapan suatu negara untuk mempengaruhi pihak lain menggunakan daya tarik yang dimilikinya, tanpa menggunakan kekerasan maupun penekanan. Metode artikel yang digunakan adalah pendekatan kualitatif berjenis fenomenologi dan digabungkan dengan metode deskriptif, di mana data diperoleh dari berbagai sumber sekunder, seperti buku, artikel ilmiah, jurnal, dan situs web. Hasil kajian menunjukkan bahwa *Korean Wave* tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan ekonomi Korea Selatan, tetapi juga memengaruhi generasi muda Indonesia dalam mengadopsi dan mempelajari budaya Korea. Selain itu, fenomena ini berdampak terhadap identitas budaya lokal Indonesia di tengah arus globalisasi yang semakin kuat.

**Kata kunci;** Korean Wave, Diplomasi Budaya, Ekonomi, Budaya Lokal

**Abstract:** This article examines and analyzes the Korean Wave phenomenon, which has become a global trend in recent decades, including in Indonesia. The Korean Wave is used as a tool of cultural diplomacy in the form of soft power, which is effective and efficient in improving South Korea's image and economy without the need for violent intervention, as is the case with hard power. This article adopts Joseph Nye's theory, which states that soft power is a nation's ability to influence others using its appeal, without resorting to violence or coercion. The research method employed is a qualitative phenomenological approach combined with a descriptive method, where the data is obtained from various secondary sources, such as books, scientific articles, journals, and websites. The research findings indicate that the Korean Wave not only contributes to the growth of South Korea's economy but also influences Indonesian youth in adopting and learning Korean culture. Additionally, this phenomenon impacts Indonesia's local cultural identity amid the growing tide of globalization.

**Keywords:** Korean Wave, Cultural Diplomacy, Economy, Local Culture

### **Article History :**

Received 08-06-2025; Revised 20-06-2025; Accepted 23-07-2025

### **PENDAHULUAN**

Korea Selatan memiliki kekuatan yang sangat besar dalam hal budaya yang disebut sebagai *hallyu*, sebuah istilah yang berasal dari bahasa Tiongkok, yang berarti *Korean Wave* atau (gelombang Korea) merupakan fenomena global yang hingga kini memiliki dampak signifikan terhadap dunia. *Korean Wave* dimulai dari negara asalnya, yaitu Korea Selatan yang kemudian menyebar ke seluruh dunia, dari Asia hingga ke Eropa dan Amerika. Fenomena *Korean Wave* mendapatkan namanya melalui beberapa drama televisi dan film di Asia pada akhir tahun 2010-an. Pada awalnya produk budaya yang

tersebar tak lain adalah berbagai produk budaya populer yang menyebar dengan cepat. Hanya dalam kurun waktu yang cukup singkat, yakni semenjak akhir tahun 1990-an, Korea Selatan menjadi terkenal karena budaya pop-Nya tersebut.

Pada awal tahun 2006, produksi budaya Korea, termasuk drama televisi, film, musik pop, dll., telah dikonsumsi secara luas oleh penonton di Asia (Huat & Iwabuchi, 2008). Dimulai dengan *What Is Love All About* dan *Stars in My Heart* pada akhir tahun 1990-an, dan *Winter Sonata* dan *Dae Jang Geum* dalam beberapa tahun terakhir, drama televisi Korea, dan para bintangnya termasuk Bae Yong Jun, Ahn Jae Wook, Lee Byung Heon, dan Kim Hee Seon, telah memikat penonton Asia. Konsumsi populer drama televisi Korea bertepatan dengan konsumsi sinema. Dimulai dengan *Shiri*, *Joint Security Area*, dan *My Sassy Girl*, film Korea telah menjadi hal yang biasa pertunjukan di bioskop-bioskop di seluruh Asia. Pada saat yang sama, musik pop Korea, atau *K-pop*, juga telah melahirkan selebritas internasional seperti H.O.T., BoA, dan Rain ("Bi"). Media regional menyebut fenomena budaya populer baru di Asia ini sebagai Gelombang Korea (atau, *Hallyu*).

Budaya pop Korea yang menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari di Asia dibuktikan dengan fakta bahwa budaya tersebut telah menjadi materi untuk sebuah lagu 〈我不是宋承宪〉 ("Saya bukan Song Seung Heon") di Malaysia. Dua penyanyi pria mengungkapkan perasaan seorang pria yang memiliki pacar yang tergila-gila pada aktor Korea Song Seung Heon. Lirikinya, "Kau ingin aku mengatakan *Salanghe* ("사랑해") / Kau mengeluh bahwa kisah cinta kita tidak seperti dalam sinetron Korea "Kau menyuruhku makan sebungkus mi instan Korea sehari," menunjukkan seberapa besar budaya pop Korea tertanam dalam kehidupan masyarakat di Asia.

Mode Korea juga memainkan peran penting dalam gelombang *Hallyu*, dengan banyak desainer Korea yang mendapatkan pengakuan di seluruh dunia dan 146 penggemar yang mengikuti tren mode Korea (Swastiwi, 2024). Banyak orang di seluruh dunia telah mengambil inspirasi dari gaya busana yang sering dilihat dalam drama Korea dan dikenakan oleh artis pop Korea. Korea Selatan juga menjadi tuan rumah acara mode dan pekan mode internasional, yang menarik perhatian media dan profesional industri dari seluruh dunia.

Secara keseluruhan, Korea Selatan telah berubah menjadi pusat budaya global yang dinamis dan berpengaruh berkat gelombang *Hallyu*. Pengaruhnya tidak hanya terlihat dalam pertumbuhan ekonomi dan pariwisata Korea, tetapi juga dalam cara orang di seluruh dunia berinteraksi dan mengapresiasi budaya Korea. Pengaruh *Hallyu* diperkirakan akan terus meningkat seiring dengan kemajuan teknologi dan akses ke media digital. Ini akan memperkuat posisi Korea Selatan sebagai pemain utama dalam lanskap budaya global.

Mulai meningkatnya popularitas budaya Korea Selatan terhadap dunia internasional, membuka peluang bagi Korea Selatan, sehingga pemerintah Korea Selatan mendukung berkembangnya *Korean Wave*. Dukungan dan bantuan pemerintah ini diberikan karena pemerintah juga menggunakan *Korean Wave* sebagai langkah pendukung diplomasi publik dan *soft diplomacy* Korea Selatan di mata negara lain. *Korean Wave* ini pun menjangkau hampir semua produk budaya, baik berupa drama televisi, film, *variety show*, industri musik, yang kemudian merambah ke kegemaran masyarakat luar atas produk budaya lain seperti kuliner, busana, bahasa Korea, dan lain-lain.

Kesuksesan diplomasi budaya Korea Selatan ini pun berdampak positif bagi Korea Selatan, terutama dalam faktor ekonomi. Hal ini dibuktikan dari banyaknya peminat *K-Pop* dan *K-Drama* dari berbagai belahan dunia. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh *The Korea Foundation*, terdapat 178 juta penggemar budaya Korea pada tahun 2022 dari seluruh dunia.

Nama "*Korean Wave*" berasal dari ekspor drama televisi dan film Asia pada akhir tahun 1990-an. Korea dengan cepat menjadi lebih terkenal di dunia sejak awal tahun 2010-an. Oleh karena itu, baik orang Barat maupun non-Barat dapat menikmati berbagai konten budaya Korea, termasuk drama, film, *K-Pop*, dan *webtoon*. Ekspor budaya Korea telah meningkat pesat selama dua puluh tahun terakhir. Dari US \$ 188,9 juta pada tahun 1998 menjadi US \$ 10,5 miliar pada tahun 2020. Penyiaran dan *K-Pop* juga memainkan peran besar dalam ekspor luar negeri negara, meskipun *game online* telah menjadi bagian terbesar. Berbeda dengan awal *Korean Wave*, industri budaya lokal telah memperluas targetnya ke negara-negara Barat di Amerika Utara dan Eropa Barat. Dalam beberapa tahun terakhir, *Korean Wave* telah berubah karena munculnya infrastruktur dan kemampuan digital, yang telah mengubah industri budaya Korea dan mempercepat mode baru produksi media. Dengan kata lain, Korea telah

mengembangkan teknologi digital sebagai mesin pertumbuhan baru untuk ekonominya sejak awal tahun 2000-an.

Menurut Mark, ketika diplomasi publik digunakan untuk mendukung tujuan kebijakan internasional, kekuatan lunak modern yang memanfaatkan budaya populer terkait dengan “promosi budaya suatu negara di luar negeri untuk memperkuat hubungan dengan negara lain” dan “meningkatkan kerja sama atau mempromosikan kepentingan nasional.” Selain berfungsi sebagai alat untuk kebijakan luar negeri, budaya populer juga merupakan bidang hubungan internasional, dan istilah “budaya populer” mengacu pada “pertukaran ide, informasi, seni, dan aspek - aspek budaya lainnya di antara bangsa-bangsa dan masyarakatnya untuk menumbuhkan rasa saling pengertian.”

Kepopuleran budaya Korea di seluruh dunia menjadikan *Korean Wave* menjadi salah satu fenomena budaya terbesar di Asia dan salah satu negara importir *Korean Wave* terbesar adalah Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan artikel Yoon dan Jin (2017) yang menunjukkan bahwa Indonesia merupakan negara kedua teratas dari 10 negara dengan presentasi 9,9% sebagai pengonsumsi budaya Korea di Youtube setelah Korea Selatan itu sendiri.

Sebelumnya, telah ada beberapa artikel yang menulis tentang *Korean Wave*, diantaranya: Jesica Martha, dkk (2023) yang menulis tentang fenomena *Korean Wave* yang mempengaruhi Gen-Z dari sudut pandang Gereja. Martha (2024) mengkaji menggunakan teori kepemimpinan. Kemudian, Moko'ende (2025) melakukan penelitian terkait fenomena *Korean Wave* dari aspek industri kecantikan menggunakan teori diplomasi publik. Namun, yang cenderung lebih beririsan dengan artikel ini adalah tiga artikel sebelumnya, yakni; Inayah, dkk (2024), Ayuningtyas (2024), Bintang, dkk (2023) yang juga mengkaji fenomena *Korean Wave* dari aspek diplomasi budaya. Selain itu, masih ada lagi artikel-artikel yang mengkaji terkait fenomena *Korean Wave* maupun fenomena diplomasi Korea Selatan. Hal ini menunjukkan bahwa kajian-kajian terkait *Korean Wave* atau yang lebih dikenal dengan *Hallyu* oleh Gen-Z ini adalah suatu yang menarik dan telah menjadi diskusi para *scholar*. Lebih lanjut hal ini akan dibahas pada hasil dan pembahasan.

Berbeda dari artikel-artikel sebelumnya, artikel ini berfokus pada strategi Korea Selatan melakukan diplomasi budaya melalui *Korean Wave* secara global, khususnya di Indonesia. Melalui artikel ini dapat dipahami bahwa *Korean Wave* tidak hanya mendiplomasikan kebudayaan Korea Selatan ke seluruh dunia saja, tetapi juga membangun perekonomian negaranya. Dalam artikel ini juga ditekankan bahwa *Korean Wave* mempengaruhi identitas budaya Indonesia.

## **METODE PENELITIAN**

Metode artikel adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Rokhamah, Pramugara Robby Yana & Nour Ardiansyah Hernadi et al., 2024). Berdasarkan pengertian tersebut, terdapat empat faktor yang perlu diperhatikan, yaitu cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan. Cara ilmiah berarti artikel didasarkan pada ciri – ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris dan sistematis. Artikel dilaksanakan dengan cara – cara masuk akal yang terjangkau oleh penalaran kita disebut dengan rasional. Cara – cara yang dilakukan dalam artikel dapat diamati oleh indra manusia disebut empiris. Menggunakan langkah – langkah tertentu yang bersifat logis dalam proses artikel disebut sistematis.

Metode artikel yang digunakan adalah kualitatif. Artikel kualitatif adalah pendekatan yang menghasilkan pemahaman mendalam terkait fenomena sosial melalui analisis data yang bersifat non-numerik, seperti wawancara, observasi, dan analisis dokumen. Artikel kualitatif bertujuan untuk menggali realitas subjektif dan konteks sosial yang membentuk pemahaman individu, menggunakan data yang bersifat deskriptif, seperti wawancara mendalam, observasi, dan analisis dokumen (Hanif Hasan, S.M. et al., 2025).

Terkhusus pada artikel ini menggunakan metode artikel kualitatif berjenis fenomenologi. Pokok kajian dalam metode ini adalah fenomena sebagai subjek artikel dan bebas dari prasangka atau subjektivitas peneliti (Nasution, 2023). Selain itu, juga dikombinasikan dengan metode artikel kualitatif model deskriptif. Metode ini ialah model artikel yang berusaha menjelaskan dan menganalisis suatu fenomena sosial secara mendalam serta terperinci, baik yang sudah terjadi maupun sedang berlangsung. Peneliti merasa metode ini cocok dengan permasalahan yang akan diteliti dikarenakan langsung dikaji berdasarkan fenomena sosial yang sedang marak terjadi di kalangan anak muda saat ini, lalu dilakukan analisis untuk menjelaskan fenomena tersebut.

Dalam menganalisis menggunakan metode tersebut, penulis mengambil referensi melalui studi pustaka. Data disusun berdasarkan fakta yang diperoleh melalui sumber – sumber, seperti jurnal, artikel, buku dan artikel terdahulu.

Proses analisa data menggunakan alur reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Pada reduksi data, terdapat proses pemilihan data, penyederhanaan data sehingga mendapatkan data yang menjadi pusat perhatian.

Fokus artikel dalam artikel ini adalah menjawab bagaimana dampak fenomena *Korean Wave* mempengaruhi budaya lokal Indonesia dan bagaimana *Korean Wave* mempengaruhi generasi muda di Indonesia serta bagaimana cara para aktor non negara melakukan *soft diplomacy* melalui *Korean Wave* sekaligus menjadikan *Korean Wave* sebagai alat penunjang ekonomi Korea Selatan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Korea Selatan menggunakan kemampuan *soft power* yang dimilikinya untuk menyebarkan budaya mereka dengan menjadikan *soft diplomacy* sebagai alat melalui *Korean Wave* (*K-Pop, K-Drama, K-Fashion, K-Beauty*). Melalui *soft diplomacy* sebagai alat penyebaran budaya menunjukkan kompetensi Korea Selatan dalam menyebarkan kebudayaannya tanpa melakukan kekerasan seperti *hard power*.

*Korean Wave* tidak hanya sekedar menyebarkan budaya Korea Selatan ke lingkup internasional. Tetapi, juga meningkatkan perekonomian negara melalui penjualan produk – produk mereka yang laku keras di pasar global. Selain karena produk mereka memiliki kualitas yang bagus dan memberikan kepuasan kepada konsumen, hal tersebut juga dipengaruhi oleh tren yang berlangsung saat ini, yaitu membeli barang – barang yang *marketing strategy*-nya berkaitan dengan *Korean Wave*.

Diplomasi *Korean Wave* dilakukan oleh aktor non negara, terutama industri hiburan Korea Selatan. Hal ini, sesuai dengan konteks liberalisme ekonomi dimana aktor non negara yang menggerakkan perekonomian dan peran pemerintah dibatasi. Meskipun begitu, diplomasi budaya melalui *Korean Wave* ini telah mendapatkan dukungan dari pemerintah Korea Selatan sejak kepemimpinan Kim Young Sam.

Diplomasi budaya melalui *Korean Wave* sudah sangat mengikuti perkembangan globalisasi. *Korean Wave* disebarluaskan melalui media sosial, *platform streaming* dan televisi. Melalui perkembangan teknologi ini, memudahkan *Korean Wave* tersebar ke seluruh dunia dan membantu membangun citra negara Korea Selatan di mata negara lainnya.

Pesatnya perkembangan globalisasi terutama di bidang teknologi dan informasi, memudahkan masyarakat untuk mengakses media sosial yang merupakan wadah penyebaran kebudayaan Korea Selatan. Anak muda Indonesia khususnya, sudah mulai terdampak dengan adanya *Korean Wave* yang ditunjukkan melalui perilaku mereka yang meniru perilaku, budaya dan *fashion* selebriti Korea dalam kehidupan sehari-hari.

Fenomena *Korean Wave* menjadikan anak muda Indonesia tertarik untuk mempelajari kebudayaan dan bahasa Korea, mencicipi hidangan khas Korea Selatan bahkan berkunjung langsung ke sana. Tidak sedikit juga anak muda Indonesia yang tertarik untuk berkarir dan melanjutkan studi di Korea Selatan. Hal tersebut, menunjukkan perubahan preferensi budaya anak muda Indonesia ke arah budaya Korea.

*Korean Wave* memberikan dampak positif dan negatif terhadap budaya lokal Indonesia serta kehidupan remaja Indonesia. Dampak positif yang diberikan membantu perkembangan hubungan bilateral antara Indonesia dan Korea Selatan dalam berbagai bidang melalui pertukaran budaya. Solidaritas antar sesama penggemar kebudayaan Korea semakin meningkat dalam kehidupan remaja Indonesia. Dampak negatif yang diberikan menurunkan pamor budaya lokal Indonesia, ketergantungan terhadap produk luar negeri serta berpotensi menggantikan identitas budaya asli Indonesia.

Sebelum masuk pada pembahasan yang lebih jauh, ada beberapa artikel sebelumnya yang mengkaji pada bahasan yang hampir sama, namun, berbeda dalam hal fokus kajian.

**Tabel 1. Literatur Review**

No.	Judul	Author/ Tahun	Metode	Hasil Penelitian
1.	Gereja Dalam Menghadapi Fenomena <i>Korean Wave</i> Terhadap Perkembangan Gaya Hidup Generasi Z	Martha, Jessica, dkk (2023)	Studi Kasus	Artikel ini menemukan bahwa model kepemimpinan situasional dapat diterapkan oleh para pemimpin gereja dalam menghadapi distrupsi budaya di tengah Gen-Z.
2.	Diplomasi Publik Korea Selatan: Studi Kasus Pengaruh <i>Korean Wave</i> Terhadap Industri Kecantikan di Indonesia	Moko'ende, NA (2025)	Kualitatif – Studi Kasus	Hasil skripsi ini menunjukkan bahwa <i>Korean Wave</i> berperan signifikan dalam memperluas pasar kosmetik Korea di Indonesia. Serta memperkuat hubungan diplomatik kedua negara melalui kolaborasi industri kecantikan.
3.	Peran Budaya Populer sebagai Soft Power Bagi Negara di Asia Timur	Ayuningtyas, D. (2024).	Kualitatif	Artikel ini menunjukkan bahwa gastrodiplomasi menjadi aspek penting dalam diplomasi budaya. Hal ini ditunjukkan melalui <i>Korean Wave</i> dan Diplomasi Kimchi. Dimana keduanya menjadi diplomasi <i>soft power</i> oleh negara Asia Timur, khususnya Korea Selatan dan Jepang (melalui manga, anime, dsb).
4.	<i>Korean Wave</i> Sebagai Fenomena Digital: Studi Tentang Respons Pemerintah Indonesia	Inayah, A., Septiani, W. (2024)	Kualitatif	Artikel ini menunjukkan bahwa pemerintah Indonesia cenderung memberikan respons positif dan terbuka terhadap persebaran <i>Korean Wave</i> dengan tetap memperhatikan regulasi yang berlaku di Indonesia.
5.	<i>The Korean Wave and Cultural Soft Power Diplomacy : Evaluating Its Impact on South Korea-Indonesia Bilateral Relations in the Creative Industries</i>	Bintang, M., dkk (2023)	Deskriptif Kualitatif	Artikel ini menunjukkan bahwa <i>Korean Wave</i> telah berhasil meningkatkan citra Korea Selatan di mata masyarakat Indonesia, meningkatkan minat terhadap bahasa, mode, dan kuliner korea. Sejalan dengan itu, hal ini menunjukkan bahwa strategi diplomasi budaya Korea Selatan terbukti efektif dalam memperkuat hubungan diplomatik kedua negara, membuka peluang kolaborasi yang lebih luas, dan meningkatkan pemahaman. Serta apresiasi terhadap budaya Korea Selatan di Indonesia.

Sumber: Data Olahan (2025)

Kelima artikel ini menunjukkan bahwa *Korean Wave (Hallyu)*, bukan hanya sekedar fenomena budaya populer. Melainkan, telah menjadi alat *soft power* Korea Selatan dalam membangun *image* (citra), pengaruh, dan hubungan bilateral dengan Indonesia (khususnya). *Korean Wave* secara strategis telah mencakupi dan atau menyasar berabagai sektor, mulai dari hiburan, kecantikan, kuliner, hingga nilai-nilai sosial.

### ***Soft Diplomacy* sebagai Alat Diplomasi Budaya Korea Selatan**

*Soft diplomacy* atau diplomasi lunak adalah pendekatan dalam hubungan internasional yang mengandalkan daya tarik budaya, nilai-nilai, dan kebijakan suatu negara untuk mempengaruhi negara lain, dengan cara yang lunak tanpa menggunakan kekuatan militer atau tekanan ekonomi. *Soft diplomacy* merupakan praktik atau strategi dengan menggunakan elemen *soft power* untuk mempengaruhi hubungan negara lain.

*Soft power* adalah kemampuan suatu negara untuk memengaruhi pihak lain melalui daya tariknya, tanpa mengandalkan penekanan atau pemaksaan seperti pada masa sebelumnya. *Soft diplomacy* merupakan praktik atau strategi dengan menggunakan elemen *soft power* untuk mempengaruhi hubungan negara lain. Oleh karena itu, negara – negara mulai gencar mempraktikkan *soft diplomacy* guna menyebarkan pengaruhnya ke lingkup global. Salah satu negara yang menggunakan *soft diplomacy* ialah Korea Selatan melalui fenomena *Korean Wave*.

Menurut Joseph Nye (2008) dalam Farid (2022), menurut, *soft power* adalah kemampuan suatu negara untuk memengaruhi pihak lain melalui daya tariknya, tanpa mengandalkan penekanan atau pemaksaan seperti pada masa sebelumnya. Konsep ini mencakup unsur-unsur budaya, sistem nilai, dan kebijakan suatu negara yang menjadi daya tarik bagi orang lain. Dengan kata lain, *soft power* menggambarkan bagaimana suatu negara dapat memengaruhi opini dan tindakan orang lain melalui pengaruh budaya dan nilai-nilai yang diterimanya (Ayuningtyas, 2024).

*Soft diplomacy* tidak hanya untuk membangun kerja sama dengan negara – negara, termasuk Indonesia dalam bidang pertahanan dan keamanan saja, tetapi juga memperkuat kerja sama dalam bidang ekonomi dan budaya yang saling menguntungkan kedua belah pihak. *Soft diplomacy* berasumsi bahwa pengaruh budaya, nilai dan diplomasi untuk mempengaruhi negara lain tanpa menggunakan kekuatan militer. Artikel ini meneliti bagaimana Korea Selatan menggunakan *soft diplomacy* sebagai alat diplomasi budaya mereka. Korea Selatan menggunakan industri hiburan mereka, seperti *K-Pop*, *K-Drama*, *Korean Makeup Style*, *Korean Food*, atau yang biasa dikenal dengan sebutan *Korean Wave* sebagai alat untuk menyebarluaskan kebudayaannya secara global. Selain digunakan sebagai alat untuk menyebarluaskan budaya Korea Selatan, *Korean Wave* juga membantu membentuk dan membangun citra negara di mata Internasional.

Selain itu, *Korean Wave* juga berdampak pada sektor ekonomi Korea Selatan dalam konteks liberalisme ekonomi. Liberalisme ekonomi merupakan sebuah ideologi ekonomi yang menekankan pada pentingnya kebebasan individu dan pasar bebas dalam kegiatan ekonomi. Dalam liberalisme ekonomi dijelaskan bahwa aktor non negara berpartisipasi dalam kegiatan ekonomi dan peran pemerintah dibatasi agar tidak terlalu campur tangan, sehingga pasar dapat beroperasi secara alami berdasarkan prinsip penawaran dan permintaan (Asep, n.d., 2024). Dalam konteks *Korean Wave*, diplomasi budaya dilakukan oleh aktor non negara, yaitu industri hiburan Korea Selatan dan mendapat dukungan dari pemerintah. Dukungan dari pemerintah Korea Selatan terhadap industri hiburan dapat dilihat dengan diadakannya biro industri budaya di bawah Menteri Kebudayaan pada tahun 1995 untuk memantau dan meningkatkan budaya Korea Selatan baik dalam negeri maupun ke luar di masa pemerintahan Kim Young Sam (Mutiara et al., 2022). *Korean Wave* menjadi alat promosi efektif ekspor produk budaya yang sekaligus berdampak pada pariwisata dan pemasaran produk komersial Korea Selatan sehingga menjadi salah satu elemen pendukung pertumbuhan ekonomi Korea Selatan.

Tidak hanya industri hiburan yang semakin berkembang, fenomena *Korean Wave* juga sukses meningkatkan penjualan di pasar global mereka. Salah satu contohnya ialah meningkatnya penjualan industri kosmetik Korea Selatan. Penjualan produk dengan berlabel *K-Beauty* berhasil membuat produk mereka laku di pasar internasional. Dilansir dari GodStats, sebanyak 57,1% orang membeli produk *skincare* dan *makeup* Korea Selatan karena produknya dianggap dapat mempercantik penampilan (Rizti, n.d.). Jika dikaitkan dengan fenomena *Korean Wave*, orang – orang yang tertarik untuk membeli kosmetik Korea dikarenakan mereka ingin tampil cantik dan menawan seperti aktor,

aktris dan penyanyi Korea yang menjadi idola mereka (Wisnubrata, n.d.). Hal ini menyebabkan standar kecantikan mulai bergeser perlahan mengikuti kecantikan yang dimiliki oleh selebriti Korea Selatan.

Dalam proses *soft diplomacy* yang dilakukan Korea Selatan melalui *Korean Wave*, mereka memanfaatkan globalisasi teknologi untuk menyebarkan budaya menggunakan media sosial, *platform streaming*, televisi dan lain – lain. Korea Selatan berkesempatan untuk membentuk citra negaranya dengan menampilkan keindahan dan keunikan budaya yang mereka miliki melalui konten video yang menghibur dan menarik perhatian masyarakat di seluruh dunia. Dengan begitu, Korea Selatan tidak hanya terkenal akan kebudayaan yang dimilikinya, tetapi juga citra negara yang positif seperti apa yang diperlihatkan melalui media.

### **Dampak *Korean Wave* terhadap Anak Muda di Indonesia**

Seiring dengan berkembangnya globalisasi, *Korean Wave* telah berhasil sampai ke Indonesia. Hal ini ditandai dengan perilaku anak muda di Indonesia mulai mengikuti gaya, perilaku dan budaya selebriti Korea Selatan yang mereka saksikan di media sosial. Banyaknya peminat tren fashion Korea, kemunculan *fanbase K-Pop* yang dijumpai di Indonesia serta meningkatnya minat masyarakat untuk mempelajari bahasa dan budaya Korea merupakan dampak dari adanya fenomena *Korean Wave* di Indonesia. Pada tahun 2020, *Korean Wave* menarik perhatian yang signifikan di Indonesia, dengan didukung oleh konten berkualitas tinggi, popularitas grup-grup *K-pop* seperti BTS dan BLACKPINK, serta kemudahan dalam mengakses konten Korea melalui *platform streaming* dan saluran televisi lokal dengan teks bahasa Indonesia (Bintang et al., 2023).

*Korean Wave* lahir dan berkembang pada masa pesatnya perkembangan teknologi informasi. Distribusi besar – besaran telah mampu melampaui batas-batas negara dengan media internet sebagai bantuan. Dengan bantuan sosial media, *Korean Wave* menjadi mudah dijangkau oleh siapa pun selama mereka terhubung dengan koneksi internet (Oktaviani & Pramadya, 2021). *Korean Wave* menunjukkan dampak yang signifikan pada generasi muda Indonesia, mereka menunjukkan ketertarikan besar musik, drama, kosmetik bahkan tren *fashion* yang dimiliki Korea Selatan.

Generasi muda Indonesia telah meniru dan mengadopsi tren berpakaian yang terinspirasi dari selebriti Korea idola mereka, yang terkenal dengan gaya kasual tetapi tetap *stylish*. Fenomena ini terjadi akibat popularitas idola *K-Pop* dan aktor, aktris *K-Drama* yang dijadikan referensi dalam berbusana sehari – hari oleh anak muda Indonesia. Banyak dari mereka berusaha untuk berpakaian mirip seperti idola mereka atau bahkan membeli pakaian dari brand Korea yang dipakai oleh idola mereka. Selain itu, generasi muda juga membeli produk – produk *skincare* dan *makeup* Korea yang dipopulerkan oleh selebriti Korea. *Skincare* dan *makeup* Korea juga terkenal akan kualitas, kuantitas serta hasilnya yang memuaskan bagi konsumen dikarenakan inovasi mereka dalam industri kosmetik. Hal ini juga tidak terlepas, dari strategi *marketing* mereka dengan menjadikan selebriti Korea sebagai *Brand Ambassador (BA)* produknya, seperti produk makeup TIRTIR menjadikan Hyunjae dari THE BOYZ sebagai *BA* dan Jang Won Young dari IVE sebagai *BA* produk AMUSE x Hello Kitty.

*K-Drama* yang menjadi salah satu bentuk dari *Korean Wave* ternyata sangat digemari oleh masyarakat Indonesia, terutama kaum muda. Diketahui terjadi peningkatan pesat terhadap kaum muda yang menonton *K-Drama* melalui *platform streaming*, seperti Netflix, Viu, Disney+ Hotstar, Prime Video, IQIYI, Youtube dan Vidio. Selain itu, *K-Drama* juga disiarkan melalui stasiun televisi, seperti KBS 2TV (Korean Broadcasting System), SBS (Seoul Broadcasting System), MBC (Muhwa Broadcasting System), OCN, JTBC dan tvN. Drama populer seperti “When Life Gives You Tangerine,” “Weak Hero,” “Study Group” dan “Resident Playbook” sukses menarik minat anak muda Indonesia dan menjadi rekomendasi maupun *top series* di beberapa *platform streaming*.

Di samping kesuksesan *K-Drama*, industri music Korea Selatan atau yang biasa dikenal dengan *K-Pop* juga mengalami peningkatan peminat di seluruh dunia, terutama Indonesia. Para anak muda Indonesia menjadi penggemar grup *boyband* dan *girlband*, seperti BTS, BLACKPINK, EXO, SEVENTEEN, AESPA, NCT, BABYMONSTER, TWICE dan sebagainya. Para penggemar tidak hanya mendengarkan musik mereka saja, tetapi juga menghadiri konser *online* maupun *offline*, *fan meeting* dan *fansign* serta membeli *merch (merchandise)* grup idola mereka untuk dijadikan koleksi. Contohnya, grup *boyband K-Pop* SEVENTEEN memiliki *merch* berupa *lightstick*, *keychain*, *photocard*, *album*, *mini album* yang diperjualbelikan melalui toko *offline* dan melalui aplikasi *Weverse* secara *online*. Selain itu, mereka juga membentuk komunitas penggemar yang disebut *fanbase* atau

*fandom (Fans Kingdom)*, bertujuan untuk mendukung idola mereka dan mempersatukan para penggemar di Indonesia dengan idola yang sama.

Penggemar *K-Pop* di Indonesia semakin meningkat dengan adanya orang Indonesia yang memasuki ranah industri hiburan *K-Pop*, seperti Dita Karang yang menjadi anggota *girlband* SECRET NUMBER, Zayyan sebagai anggota *boyband* XODIAC dan Carmen sebagai anggota *girlband* Heart2Hearts.

Terdapat beberapa faktor yang menjadi dasar *K-Pop* meraih popularitas di kalangan anak muda Indonesia. Pertama, karakteristik unik yang mendominasi; para penggemar sangat tertarik pada grup idola seperti *boyband* dan *girlband*. Kedua, terdapat karakteristik yang berbeda dengan musik lainnya, dikarenakan *K-Pop* berasal dari musik tradisional memiliki nilai jual lebih. Ketiga, figur tubuh bagus serta wajah rupawan yang dimiliki oleh para anggota grup idola menjadi daya tarik tersendiri. Kecantikan dan keunikan budaya Korea Selatan digambarkan dengan menjadikan para anggota grup idola sebagai wajah *Korean Wave*. Keempat, Karakteristik *K-Pop* tercipta karena kemampuan vokal dan gerakan tari yang dimiliki oleh anggota grup idola atau penyanyi solo lainnya (Valenciana & Pudjibudojo, 2022).

Minat anak muda Indonesia untuk mempelajari bahasa dan budaya Korea ikut meningkat seiring berkembangnya *K-Pop* di Indonesia. Salah satu alasannya ialah mereka ingin memahami lirik lagu yang dinyanyikan oleh grup idola *K-Pop* favorit mereka (Angesti & Purnama, 2024). Alasan lainnya adalah sebagai bekal untuk melanjutkan studi di Korea Selatan, perlu penyesuaian bahasa dan budaya agar tidak terjadi *culture shock* yang signifikan.

Popularitas makanan Korea juga tidak kalah di kalangan anak muda Indonesia. Banyak anak muda yang tertarik untuk mencoba makanan khas Korea Selatan. Hal ini tidak lepas dari pengaruh *K-Pop*, mereka menyaksikan idola mereka mengonsumsi makanan Korea sehingga mereka tertarik untuk mencobanya. Anak muda Indonesia sering mengunjungi restoran yang menyajikan hidangan Korea populer, seperti *Tteokbokki*, *Jjajangmyeon*, *Odeng*, *Korean Sweet Potato Bread*, *Bibimbap*, *Ramyeon*, *Kimbap*, *Korean Spicy Chicken*, *Kimchi*, *Korean Garlic Bread*, *Dalgona Coffee*, *Korean Banana* dan *Strawberry Milk*. Popularitas makanan Korea tidak terlepas dari peran *influencer*, *food vlogger* dan *food reviewer* yang aktif mempromosikan makanan Korea melalui konten – konten mereka. Hal ini juga berdampak pada industri makanan Indonesia yang berbondong – bondong menjual berbagai makanan populer Korea untuk menarik minat pembeli terutama anak muda.

Melalui fenomena – fenomena di kalangan anak muda Indonesia di atas, dapat diketahui bahwa popularitas *K-Pop*, *K-Drama*, *Korean Food* telah mengubah preferensi budaya anak muda di Indonesia. *Korean Wave* menjadi wadah bagi para anak muda untuk bebas berekspresi dan berpartisipasi dalam kegiatan- kegiatan kebudayaan Korea yang menjadi favorit mereka. Mereka yang tergabung dalam sebuah *fandom*, menghadiri konser, *fansign*, dan *fan meeting*, menunjukkan bahwa *Korean Wave* telah menjadi bagian dari kehidupan sosial mereka. Preferensi budaya anak muda yang semula hanya terpaku pada *western* dan budaya lokal Indonesia, semakin bergeser ke arah kebudayaan Korea.

*Korean Wave* juga menginspirasi anak muda Indonesia untuk berkarir di industri hiburan sebagai penyanyi, aktor maupun aktris. Hal ini juga didorong dengan keberhasilan putra – putri bangsa Indonesia yang tergabung dalam *group band K-Pop*, seperti Dita Karang, Zayyan dan Carmen. Banyak anak muda yang terinspirasi atas kesuksesan dan popularitas mereka, terlebih lagi mereka juga sangat didukung oleh masyarakat Indonesia selama berkarir di industri hiburan *K-Pop*. Fenomena ini semakin menambah minat generasi muda Indonesia untuk mempelajari bahasa Korea agar bisa berkarir di industri hiburan *K-Pop*, melanjutkan studi di Universitas ternama seperti KAIST maupun bekerja di Korea Selatan sehingga mereka bisa merasakan pengalaman hidup baru sesuai dengan keinginan yang mereka impikan.

### ***Korean Wave* terhadap Budaya Lokal dan Kehidupan Remaja Indonesia**

Diplomasi budaya telah dijadikan sebagai sarana dalam penyebaran *Korean Wave* oleh negara Korea Selatan. Dengan diplomasi budaya ini, *Korean Wave* menjadi semakin tersebar luas ke seluruh dunia, terutama Indonesia. *Korean Wave* terutama *K-Pop* berkembang sangat pesat di Indonesia, terlebih lagi setelah dilangsungkan acara penetapan Choi Siwon dari grup *K-Pop* Super Junior sebagai “Duta Promosi Korea Selatan untuk Indonesia” dan diperkenalkan Dita Karang yang merupakan anggota grup *K-Pop* Secret Number asal Indonesia sebagai juru bicara Indonesia dalam acara Hubungan Diplomatik Indonesia dengan Korea Selatan pada 11 April 2023 lalu.

Fenomena *Korean Wave* mendapat sambutan baik dari masyarakat Indonesia. Namun, sebuah fenomena pastinya memiliki dampak baik itu positif maupun negatif. *Korean Wave* ini membawa dampak positif ke Indonesia. Pertama, memberikan wawasan keilmuan tentang Korea melalui pertukaran budaya, seperti bahasa, budaya dan kuliner khas Korea. Kedua, membuka lapangan pekerjaan seiring maraknya perdagangan produk – produk Korea, seperti kosmetik dan alat elektronik. Ketiga, IPTEK canggih yang dimiliki Korea dapat membantu mengembangkan IPTEK di Indonesia. Keempat, menjalin kerja sama bilateral yang saling menguntungkan kedua pihak melalui pertukaran budaya.

Jika dikaitkan dengan konteks dampaknya pada remaja Indonesia, ada dampak positif dari *Korean Wave*. Pertama, remaja menjadi rajin menabung agar bisa membeli menonton konser secara langsung dan membeli *merch* dari grup idola favorit mereka. Kedua, menambah relasi pertemanan dengan mengikuti komunitas atau *fandom*, dalam komunitas ini mereka juga akan bertukar informasi mengenai grup idola favorit mereka, menjalin silaturahmi, belajar bahasa dan koreo tari *K-Pop*.

Dalam konteks dampaknya pada remaja Indonesia, ada dampak negatif dari *Korean Wave*. Pertama, perilaku hidup boros ketika sudah terobsesi, mereka rela mengeluarkan uang untuk membeli barang – barang yang dipakai oleh idola mereka padahal belum tentu barang tersebut akan berguna untuk jangka panjang. Hal ini selaras dengan artikel oleh Hidayati & Kalla (2023) tentang dampak negatif *Korean Wave* yang dirasakan para remaja, yaitu mendorong perilaku konsumtif para mahasiswa penggemar *K-Pop* untuk melakukan pembelian berupa album, *photo-card*, baju, aksesoris, dan *merchandise* lainnya yang berhubungan dengan idola yang dikagumi para penggemar *K-Pop* yang hanya didasari oleh keinginan semata. Kedua, menciptakan *fanwar* karena tidak jarang para remaja suka mengolok – olok *fandom K-Pop* lainnya. Ketiga, lunturnya kecintaan terhadap budaya Indonesia akibat sering mengonsumsi kebudayaan Korea dan mempraktikkannya dalam kehidupan sosial.

Namun, tidak menutup kemungkinan adanya dampak negatif dari *Korean Wave*. Pertama, rasa cinta terhadap kebudayaan Indonesia berkurang dan lebih mengunggulkan budaya Korea. Kedua, banyak para remaja Indonesia terutama penggemar *K-Pop* lebih memiliki hidangan Korea dibandingkan kuliner Indonesia. Ketiga, gemar membeli dan menggunakan produk Korea, seperti kosmetik dan pakaian *fashion*.

Antusiasme terhadap budaya lokal semakin menurun, ditandai dengan banyak remaja yang tidak hafal lagu nasional Indonesia, tetapi hafal dan paham makna lirik lagu *K-Pop* kesukaan mereka. Lagu – lagu *K-Pop* dan *K-Pop dance challenge* sangat marak di media sosial saat ini yang dilakukan oleh masyarakat Indonesia terutama para remaja. Para penggemar *K-Pop* juga mengoleksi *merch* grup idola favorit mereka, seperti *lightstick*, *tumbler*, jaket, topi dan lainnya yang dapat mengidentifikasi bahwa mereka adalah penggemar grup idola tersebut.

Sikap fanatisme menjadi salah satu faktor budaya Korea cenderung diminati daripada budaya lokal Indonesia. Para penggemar yang telah terpengaruh oleh *Korean Wave* akan tertarik untuk mengenal, mempelajari dan meniru budaya Korea dibandingkan budaya Indonesia yang sebenarnya juga tidak kalah beragam dan menarik. Berdasarkan cara masyarakat meniru budaya Korea, dapat dipahami akan terjadi pembentukan identitas baru yang semula berciri khas Indonesia menjadi mengikuti kebudayaan Korea (Kustiawan et al., 2023). Akibatnya, ditakutkan masyarakat Indonesia akan kehilangan identitasnya seiring berkembangnya *Korean Wave* dan banyak masyarakat Indonesia yang meniru kebudayaan Asing (yang dalam hal ini budaya Korea Selatan).

Artikel ini menunjukkan bahwa *Korean Wave* telah berevolusi menjadi kekuatan budaya yang berpengaruh secara multidimensi. Tidak hanya mengubah preferensi konsumsi masyarakat. Tetapi juga, mendorong dan memicu transformasi sosial, ekonomi, dan diplomatik. Bagi Korea Selatan, *Korean Wave* merupakan bentuk diplomasi budaya yang efektif, yang menjangkau publik internasional melalui bahasa populer yang mudah diterima. Namun, bagi negara penerima, khususnya Indonesia (yang menjadi lokus artikel ini), fenomena ini menjadikan tantangan dan peluang. Peluang melalui kolaborasi sinergi ekonomi dan budaya. Dan tantangan dalam upaya menjaga identitas budaya lokal dan nilai-nilai kearifan lokal (*local wisdom*). Hasil kajian artikel ini, memberikan catatan bahwa perlu ada kebijakan budaya yang inklusif dan responsif. Serta pendekatan yang adaptif dari institusi sosial dan pemerintah dalam merespons fenomena global ini (efek globalisasi).

## KESIMPULAN

Fenomena *Korean Wave (Hallyu)* adalah contoh strategi diplomasi budaya yang efektif yang memanfaatkan kekuatan halus untuk mempengaruhi negara lain, termasuk Indonesia, tanpa menggunakan kekuatan militer atau tekanan ekonomi. *Korean Wave*, yang terdiri dari *K-Pop*, *K-Drama*, kosmetik, makanan, dan tren *fashion* Korea, telah berhasil menyebarkan budaya Korea ke seluruh dunia, meningkatkan citra Korea Selatan di mata dunia, dan mendukung pertumbuhan ekonominya melalui ekspor produk budaya, pariwisata, dan penjualan produk komersial seperti kosmetik. Dukungan dari pemerintah Korea Selatan, seperti pembentukan biro industri budaya, memperkuat penyebaran *Korean Wave* dengan memanfaatkan teknologi global.

Terlihat dari peningkatan minat terhadap gaya berpakaian, kosmetik, makanan, bahasa, dan budaya Korea, serta popularitas *K-Pop* dan *K-Drama*, *Korean Wave* memiliki dampak yang signifikan terhadap generasi muda di Indonesia. Ekspresi kreatif, pembentukan komunitas penggemar (*fandom*), dan keinginan untuk bekerja di industri hiburan Korea atau kuliah di Korea Selatan semuanya didorong oleh fenomena ini. Sementara dampak positifnya mencakup wawasan budaya, peluang ekonomi, dan pengembangan IPTEK, dampak negatifnya mencakup perilaku konsumtif, *fanwar*, dan kemungkinan hilangnya cinta budaya lokal Indonesia. Khawatir akan kehilangan identitas budaya lokal di tengah dominasi *Korean Wave* karena antusiasme yang berlebihan terhadap budaya Korea berpotensi mengurangi apresiasi terhadap budaya Indonesia.

Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih luas tentang dampak *Korean Wave* pada berbagai lapisan masyarakat, peneliti harus melakukan artikel lebih luas dan mencakup lebih dari kota-kota besar. Untuk mendapatkan data yang lebih komprehensif, sangat disarankan untuk menggunakan metode artikel yang menggabungkan pendekatan kuantitatif dan kualitatif, seperti survei dan wawancara mendalam. Untuk mengetahui perbedaan dalam respons dan strategi adaptasi budaya, peneliti juga dapat mempertimbangkan studi perbandingan dengan negara lain yang mengalami fenomena serupa.

Selain itu, penting untuk mempelajari bagaimana media sosial berkontribusi pada penyebaran *Korean Wave* dan berbagai cara yang dapat digunakan untuk melestarikan budaya lokal di tengah banyaknya budaya asing. Oleh karena itu, artikel mendatang diharapkan dapat memberikan kontribusi yang lebih mendalam dan solutif untuk menangani masalah yang ditimbulkan oleh fenomena *Korean Wave*.

Sebagai penutup, penulis memberikan beberapa rekomendasi untuk dipertimbangkan untuk ke depannya. Supaya mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif tentang pengaruh *Korean Wave* terhadap budaya lokal Indonesia, peneliti selanjutnya harus memperluas artikel mereka dengan melihat dampak diplomasi budaya asing dari sudut pandang hiburan, tetapi juga dari sudut pandang sosial, ekonomi, dan pendidikan. Selain itu, disarankan untuk menggunakan metode artikel campuran. Untuk menemukan pola adaptasi budaya yang berbeda, peneliti juga dapat melakukan artikel perbandingan dengan negara lain yang mengalami fenomena serupa.

Pemerintah dan lembaga terkait harus meningkatkan pelestarian budaya lokal melalui program pendidikan, promosi budaya, dan kolaborasi internasional. Pemerintah dapat mengambil pelajaran dari pendekatan diplomasi budaya Korea Selatan dengan membangun *soft power* berbasis kekayaan budaya Indonesia agar mampu bersaing di tingkat global. Selain itu, inovasi dan peningkatan daya tarik budaya Indonesia di tengah arus globalisasi membutuhkan sinergi antara pemerintah, pelaku industri kreatif, dan komunitas budaya.

## REFERENSI

- Angesti, A. R., & Purnama, C. (2024). Diplomasi Budaya Korea Selatan Melalui Grup Idola K-Pop Terhadap Publik Indonesia Pada Tahun 2020-2022. *Padjadjaran Journal of International Relations*, 6(1), 60. <https://doi.org/10.24198/padjir.v6i1.49284>
- Asep. (n.d.). *Liberalisme Ekonomi: Konsep, Prinsip, dan Penerapannya dalam Ekonomi Modern*. 04 November 2024. <https://sridianti.com/2024/11/liberalisme-ekonomi/>
- Ayuningtyas, D. (2024). Peran Budaya Populer sebagai Soft Power Bagi Negara di Asia Timur. *MONDIAL: Jurnal Hubungan Internasional*, 1(1), 24–43.

- Bintang, M., Zahara, R., Alim, S., Siti, R., Syabina, R., & Milady, T. K. (2023). The Korean Wave and Cultural Soft Power Diplomacy : Evaluating Its Impact on South Korea-Indonesia Bilateral Relations in the Creative Industries. *CANDIDATE: Jurnal Sains Politik*, 1(2), 93–122.
- Farid, W. A. (2022). Strategi Diplomasi Budaya Jepang Dalam Mempertahankan Dominasi Pasar Ekonomi Di Indonesia. In *Braz Dent J.* (Vol. 33, Issue 1). Universitas Hasanuddin.
- Hanif Hasan, S.M., M. P., Dr. Ir. M. Ansyar Bora, S.T., M.T., I., Dini Afriani, S.ST., M. K., Listya Endang Artiani, S.E., M. S., Dr. Hj. Ratna Puspitasari, M. P., Anggi Susilawati, S.Pd., M. P., Dr. Putri Maha Dewi, S.H., M. H., Ahmad Asroni, S.Fil., S.Th.I., M. H., Dr. Ir. Yunesman, S.Pd., M. P. T., Dr. Ir. Abdullah Merjani, S.T., M. T., & Dr. Ir. Arif Rahman Hakim, S.T., M.T., I. (2025). *Metode Artikel Kualitatif*.
- Hidayati, D. A., & Kalla, F. (2023). Fenomena Korean Wave: Remaja dalam Pusaran Gelombang Budaya Korea. *Jurnal Diversita*, 9(2), 207–217. <https://doi.org/10.31289/diversita.v9i2.9335>
- Huat, C. B., & Iwabuchi, K. (Eds.). (2008). *East Asian Pop Culture Analysing The Korean Wave*. Hong Kong University Press. [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=edH5Aeb-epgC&oi=fnd&pg=PA15&dq=buku+tentang+korean+wave&ots=FlnBz5IJUH&sig=NsglZVTdx4RpIKKsDdC9oM0tXsw&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=edH5Aeb-epgC&oi=fnd&pg=PA15&dq=buku+tentang+korean+wave&ots=FlnBz5IJUH&sig=NsglZVTdx4RpIKKsDdC9oM0tXsw&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Inayah, A., Septiani, W. (2024). Korean Wave Sebagai Fenomena Digital: Studi Tentang Respons Pemerintah Indonesia. *Jurnal Sosiologi FISIP UNILA*. <https://doi.org/10.23960/sosiologi.v26i2.1313>
- Kustiawan, W., Efendi, E., Candra, W., & Zein, P. R. (2023). Dampak Korean Wave (Hallyu) Bagi Budaya Indonesia Sebagai Dampak Dari Globalisasi Media. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(4), 561–569.
- Martha, Jesica, dkk. (2023). Gereja Dalam Menghadapi Fenomena Korean Wave Terhadap Perkembangan Gaya Hidup Generasi Z. *Edulead: Journal of Christian Education and Leadership*. <https://eprints.unimudasorong.ac.id/id/eprint/609/>
- Mutiara, M. P., Ika, R. P., & Faizal, A. M. (2022). Pengaruh Sm Entertainment Dalam Perkembangan Diplomasi Budaya Korea Selatan. *Journal of International Relations*, 8(4), 834–852. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/jihi>
- Moko'ende, NA. (2025). Diplomasi Publik Korea Selatan: Studi Kasus Pengaruh Korean Wave Terhadap Industri Kecantikan di Indonesia. Skripsi UNIMUDA Sorong. <https://eprints.unimudasorong.ac.id/id/eprint/609/>
- Nasution, A. F. (2023). *Metode Artikel Kualitatif* (Cetakan pe). CV. Harfa Creative.
- Oktaviani, J., & Pramadya, T. P. (2021). Korean Wave (Hallyu) dan Persepsi Kaum Muda di Indonesia: Peran Media. *Insignia Journal of International Relations*, 8(1), 87–100.
- Rizti, F. (n.d.). *Simak! Inilah Alasan Produk Skincare dan Makeup Korea Selatan Bisa Mendunia*. 5 Juli 2024. <https://data.goodstats.id/statistic/simak-inilah-alasan-produk-skincare-dan-makeup-korea-selatan-bisa-mendunia-6C9wn>
- Rokhamah, Pramugara Robby Yana & Nour Ardiansyah Hernadi, F. R., Irwanto, Nina Putri Hayam Dey, Eny Wahyuning Purwanti, R. N., Yudho Bawono, Rianto, Masruha, Kosasih, M. S. R. M., & Brian L. Djumaty, G. K. P. (2024). *Metode Penelitian Kualitatif (Teori, Metode Dan Praktik)* (Cetakan Pe). Widina Media Utama.

Swastiwi, A. W. (2024). *Globalisasi dan Media Konvergensi Budaya dan Komunikasi* (D. Arman (Ed.)). PT Indonesia Delapan Kreasi Nusa.

Valenciana, C., & Pudjibudojo, J. K. K. (2022). Korean Wave; Fenomena Budaya Pop Korea pada Remaja Milenial di Indonesia. *Jurnal Diversita*, 8(2), 205–214. <https://doi.org/10.31289/diversita.v8i2.6989>