

Dinamika K-Pop sebagai Instrumen Diplomasi Publik Korea Selatan

Tri Venna (venalovato16@gmail.com), Halifa Haqqi, S.IP, M.Si (halifahhaqqi@gmail.com), Hasna Wijayati, S.IP, M.A (hasna.wijayati@unisri.ac.id)

ABSTRACT

This research analyzes how the influence of K-Pop on the South Korea music industry in the period of 2017 because K-Pop has a massive spread in this year. This study will elaborate how massive the influence of K-Pop on South Korea music industry. This research uses public diplomacy theory and globalisation theory. The method that used in this research is qualitative method by collecting primary data and secondary data. From the datas collected, the influence of K-Pop relatively big to South Korea music industry because it could be South Korean music characteristic like changing the genre standard, increasing foreign country relationship, and increasing South Korea economy.

Keywords: K-Pop, music industry, South Korea

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisa bagaimana pengaruh K-Pop bagi industri musik Korea Selatan dalam kurun waktu 2017 karena K-Pop berkembang pesat pada tahun tersebut. Penelitian ini akan menjelaskan seberapa besar pengaruh K-Pop bagi industri musik Korea Selatan. Penelitian ini menggunakan teori diplomasi publik dan teori globalisasi. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif dengan sumber data primer dan sekunder. Dari data yang didapat, K-Pop berpengaruh cukup besar bagi industri musik Korea Selatan karena dapat menjadi ciri khas musik Korea Selatan seperti mengubah standar genre, meningkatkan hubungan luar negeri, dan meningkatkan ekonomi Korea Selatan.

Kata kunci: K-Pop, industri musik, Korea Selatan

I. Pendahuluan

Menurut berbagai catatan sejarah, musik Korea tradisional juga banyak mengangkat tema tentang ajaran Buddha dalam lirik lagu mereka. Instrumen musiknya sendiri memakai suling, mandolin, alat musik petik semacam kecapi yang bernama *geomungo* dan *gayageum*, serta menggunakan sistem notasi nada yang disebut *jeongganbo*. Karakter semacam itulah yang terus hidup dan berkembang dalam musik Korea hingga tahun 1900-an. Sejak tahun 1950-an Korea terpisah secara politik menjadi dua bagian, yaitu Utara dan Selatan. Dari pemisahan wilayah ini pula perkembangan dan modernisasi musik di Korea terkena dampaknya (Howard dan Keith, 1990).

Setelah memisahkan diri, Korea Selatan banyak mengubah nyanyian-

nyanyian rakyat tradisional yang dimainkan di Korea. Perubahan tersebut dilakukan dengan menggunakan instrument modern dari Eropa. Masyarakat korea Selatan juga mulai meninggalkan notasi tradisional dan menggunakan tangga nada diatonic yang umum digunakan di dunia barat (Ingyu, Oh, 2013). Dengan demikian bisa dikatakan bahwa modifikasi dan modernisasi yang dilakukan Korea Selatan ini menjadi Langkah awal dalam modernisasi musik di daratan Korea, yang kemudian berkembang menjadi K-Pop yang identik dengan grup idola yaitu *boygroup* dan *girlgroup* dan terus mengalami regenerasi mulai dari generasi Super Junior, Bigbang, SNSD sampai grup *rookie* atau pendatang baru seperti Twice, BTS, AOA, EXO, dan masih banyak lagi.

Pada tahun 2012 silam musik K-pop pernah membuat masyarakat dunia

terguncang dengan dance Gangnam Style yang dipopulerkan oleh rapper asal Korea Selatan PSY yang mana video musik Gangnam Style tersebut dimuat di Youtube menjadi video youtube paling populer di tahun 2012 dan ditonton oleh banyak orang, Bahkan pada tanggal 20 September 2012, video musik Gangnam Style mencapai rekor dunia untuk pengunjung terbanyak yang telah tercatat pada daftar di Guinness Book of Record. Seperti halnya Gangnam Style, BTS mengulang kesuksesan PSY di tahun 2017 dengan video musik mereka yang diunggah di Youtube dan mendapatkan jutaan penonton dari seluruh dunia. Penelitian kali ini akan melihat bagaimana K-Pop berpengaruh bagi industri musik Korea Selatan di tahun 2017 dengan menggunakan teori globalisasi dan teori diplomasi publik sebagai acuan dalam melakukan penelitian ini.

II. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu cara yang sistematis untuk menyelesaikan permasalahan yang diangkat oleh peneliti. Hal ini dipahami sebagai suatu ilmu yang mempelajari tentang bagaimana penelitian dilakukan secara ilmiah. Pada metode penelitian, mempelajari tentang macam-macam langkah yang umumnya akan digunakan oleh peneliti dalam menganalisis permasalahan yang diangkat berdasarkan teori yang ada. Penting bagi peneliti untuk memahami tentang metodologi penelitian, tidak hanya teknik nya saja (Khotari, 2004).

a. Jenis Penelitian

Pada penelitian kali ini, penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif berisi tentang penjelasan dan pemaparan tentang masalah yang diangkat dalam penelitian. Kemudian peneliti wajib

memaparkan hasil dari data kolektif dan melakukan analisis deskriptif (Khotari, 2004). Jenis penelitian kualitatif berfokus pada suatu permasalahan yang bersifat kualitatif dan bersifat deskriptif yang memerlukan adanya suatu analisis. Pada penelitian jenis ini peneliti diharuskan menyampaikan hasil dari penelitian yang dilakukan yang diringkas secara deskriptif. Peneliti memilih jenis penelitian kualitatif karena data dan permasalahan yang diangkat bersifat kualitatif. Dalam hal ini peneliti memiliki maksud untuk melakukan penelitian terhadap pengaruh idol k-pop terhadap industri musik terhadap negara mereka sendiri yaitu korea selatan. Maka dari itu peneliti memilih metode ini agar lebih mudah untuk melakukan analisis dan pemaparan data kolektif yang ada.

b. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ada 3, yaitu :

1. Reduksi data
2. Penyajian data
3. Verifikasi data

III. Hasil dan Pembahasan

Gelombang Korea atau biasa dikenal dengan Hallyu Wave adalah istilah yang merujuk pada proses menyebarnya budaya pop Korea Selatan ke berbagai belahan dunia sejak tahun 1990-an (Do Kyun & Se-Jin, 2011). Yang termasuk dalam budaya pop adalah tarian, musik, fotografi, film, dan berbagai produk dalam negeri yang dikemas secara atraktif sehingga dapat menarik minat masyarakat luas untuk mengikuti budaya pop tersebut (Sendow, 2019). Sejarah awal Hallyu Wave dimulai dari masuknya tayangan televisi Korea Selatan ke Tiongkok yang berjudul What Is Love pada tahun 1997 yang ditayangkan oleh

salah satu stasiun televisi Tiongkok yaitu China Central Television Station (CCTV), kemudian membuat istilah Hallyu (Hanliu dalam Bahasa Mandarin) mulai terkenal dan merujuk pada penyebaran budaya populer Korea Selatan (Sue Jin, 2011). Pada awalnya Hallyu mulai masuk ke berbagai negara melalui drama dan tayangan televisi, baru diikuti oleh munculnya grup musik populer dengan genre musik yang baru yang biasa dikenal dengan K-Pop (Lie, 2000).



Gambar 1. Seo Taiji and Boys

Hallyu mulai merambah dan menguasai benua Asia di era tahun 1999-2010 dimana pada saat itu berbagai grup idola, baik boygroup maupun girlgroup mulai bermunculan dengan menyuguhkan penampilan panggung yang menarik (Ingyu & Hyo Jung, 2014). Perkembangan K-pop dalam Hallyu mulai berkembang pesat setelah tahun 2010, tepatnya di tahun 2012 dimana video musik Gangnam Style yang dibawakan oleh artis solo bernama PSY mulai mendunia dan menjadi sangat populer (Sue Jin, 2011). Perkembangan pesat Hallyu dan K-Pop ini juga tidak lepas dari dukungan pemerintah Korea Selatan yang memberikan dukungan dengan cara memberi fasilitas untuk mengeksport produk dari budaya pop Korea ke berbagai belahan dunia seperti mendukung adanya konser grup idola, dan pameran budaya. Selain itu, pemerintah Korea Selatan mendirikan Korean Foundation for International Cultural Exchange (KOFICE) di tahun 2003 yang berfungsi untuk memberikan pemahaman mengenai

kebudayaan dengan program pertukaran budaya (Sendow, 2019). Pemerintah Korea Selatan sangat mendukung perkembangan Hallyu, hal ini dapat dilihat dari beberapa dukungan seperti pemberian dana hibah kepada organisasi mancanegara guna memperkenalkan kebudayaan Korea Selatan, yang merupakan dampak dari menyebarnya Hallyu ke seluruh dunia (Yudhantara, 2013).



Gambar 2. Gangnam Style oleh PSY

K-Pop menjadi salah satu komoditi yang diunggulkan dalam menjalankan diplomasi publik dan menjadi salah satu dari komoditas ekspor yang utama. Karena K-Pop menjadi salah satu komoditas utama, maka pemerintah Korea Selatan turun tangan dalam menyebarkan K-Pop. Peran pemerintah Korea Selatan sudah ada sejak 20 tahun lalu dimana untuk mendukung proses penyebaran Hallyu Wave, pemerintah Korea Selatan memberikan beasiswa pendidikan untuk para artis dan seniman di Korea Selatan untuk menempuh pendidikan di Amerika Serikat dan Eropa, sehingga K-Pop dapat berkembang mengikuti selera pasar musik dunia (Yudhantara, 2013). Prospek industri musik Korea Selatan menjadi lebih maju dengan adanya K-Pop sebagai salah satu komoditi utama untuk ekspor. Untuk mendukung perkembangan Hallyu, Korea Selatan memiliki lembaga khusus dibawah naungan Kementerian Kebudayaan, Pariwisata, dan Olahraga yang diberi nama KOCCA (Korea Creative Content Agency) yang memiliki visi Enriching lives with creative contents atau Memperkaya hidup dengan konten kreatif, dan misi Realizing a people-centric content industry

of fairness, coexistence, communication, and sympathy atau Mewujudkan industri konten yang berpusat pada perseorangan yang adil, koeksistensi, komunikasi, dan simpati setelah sebelumnya pada tahun 1997 presiden Korea Selatan yang memimpin saat itu yaitu Kim Dae Jung menyuntikkan dana anggaran bagi Kementerian Kebudayaan untuk mengembangkan K-Pop melalui persebaran Hallyu (KOCCA, 2022).



Gambar 4. Logo KOCCA



Gambar 5. Salah satu event KOCCA

K-pop dengan template berupa grup idola atau idol group sendiri mulai diperkenalkan oleh pendiri SM Entertainment, yaitu Lee Soo Man, dimana pada saat itu di tahun 1990 Lee Soo Man berhasil mengorbitkan artis pertamanya, penyanyi hip-hop Hyun Jin Young (Tirto, 2017). Keberhasilan K-Pop semakin melesat dengan

munculnya trio yang bernama Seo Taiji and Boys yang membawakan lagu hip-hop sebagai ciri khas grup tersebut (Haekyung, 2013). Keberhasilan Seo Taiji and Boys menginspirasi Lee Soo Man untuk membentuk boygroup yang beranggotakan lima orang dan merupakan idol group pertama dibawah naungan SM Entertainment bernama H.O.T atau singkatan dari High-five of Teenagers, dan diikuti oleh girlgroup pertama Korea Selatan yaitu S.E.S (Tirto, 2017). Perkembangan K-Pop semakin pesat mulai tahun 2000, dimana mulai muncul konsep agensi yang menaungi grup idola dan mengorbitkannya. Grup idola tersebut mulai menembus pasar Asia, Eropa, dan Amerika dengan menyuguhkan penampilan ala Korea dimulai dari looks, dance, tipe dan genre musik, dan Bahasa yang pada akhirnya menjadi standar grup idola di Korea Selatan (Do Kyun & Se-Jin, 2011).

K-Pop mulai berkembang pesat di pasar dunia sejak tahun 2006, dimana grup idola generasi kedua mulai bermunculan dan melakukan debut. K-pop mulai mendapatkan tempat di pasar musik dunia dengan beragamnya grup idola yang bermunculan dengan konsep grup yang berbeda, seperti halnya BTS, Blackpink, EXO, dan berbagai grup lain (Tirto, 2017). K-Pop di masa sekarang semakin berkembang pesat, dimulai dari PSY dengan Gangnam Style di tahun 2012 yang menjadi gerbang awal K-Pop semakin mendunia, lalu dilanjutkan oleh BTS yang semakin mempopulerkan K-Pop dengan menyuguhkan penampilan yang menarik. Kemunculan K-Pop diikuti juga dengan pertambahan jumlah penggemar di dunia dan membentuk sebuah fanbase atau kelompok penggemar yang semakin memperkuat popularitas K-Pop di dunia (Haekyung, 2013). K-Pop menjadi komoditas ekspor yang dapat menunjang perekonomian di Korea Selatan. Industri musik Korea Selatan telah berhasil mengeksport K-Pop ke seluruh dunia bersamaan dengan penyebaran Hallyu. Dalam pelaksanaannya, industri musik Korea Selatan tentu tidak dapat berdiri sendiri, melainkan ada dukungan dari industri dari sektor lain seperti

halnya industri televisi, animasi, permainan digital yang termasuk dalam industri budaya populer, media, industri produk komersil seperti Samsung, dan juga public sebagai aktor lain yang memiliki relasi yang sangat baik dan penting dalam persebaran Hallyu, dalam hal ini adalah K-Pop (Suryani, 2015).

Hadirnya K-Pop memberi warna baru bagi industri musik Korea Selatan, yang mana K-Pop menjadi acuan baru dalam genre musik di Korea Selatan selain Ballad dan Trot yang menjadi ciri khas musik Korea Selatan (Ingyu, Oh, 2013). Selain itu hadirnya K-Pop juga memberi pengaruh baik bagi sektor teknologi karena banyak lagu K-pop yang masuk pada platform musik digital dan memungkinkan untuk para penggemar dapat mengakses lagu melalui platform digital tersebut, dan platform digital tersebut dapat membantu penjualan album dan lagu K-Pop (Suryani, 2015). Kesuksesan K-Pop pada pasar musik global membawa pengaruh tersendiri pada sektor kebudayaan di Korea Selatan karena dengan adanya globalisasi, K-Pop dapat berkembang secara pesat dan banyak masyarakat yang mengasimilasi antara budaya tradisional Korea dengan budaya lokal setiap daerah, yang mengakibatkan banyaknya musik luar negeri yang mengadaptasi K-Pop dan menjadikan K-Pop sebagai tolak ukur genre musik mereka (Ingyu, 2013). Dalam industri musik Korea Selatan, K-Pop mempunyai pengaruh yang cukup besar. Selain berpengaruh dalam membentuk ciri khas musik dari Korea Selatan, K-Pop juga mempunyai pengaruh cukup besar dalam meningkatkan ekonomi Korea Selatan (Haekyung, 2013). Selain itu, K-Pop juga telah berhasil mencetak sederet idola yang digandrungi masyarakat di berbagai belahan dunia, hal inilah yang membuat K-Pop memiliki peranan yang cukup besar dalam mengubah standar di industri musik Korea Selatan (The Korea Times, 2016). Standar industri musik di Korea Selatan saat ini dikuasai oleh K-Pop dan K-Hiphop, dimana 2 genre tersebut merupakan genre yang paling banyak diminati oleh masyarakat, baik di Korea Selatan maupun di luar

negeri. Dalam penyebarannya ke seluruh dunia, K-Pop juga menggunakan platform musik legal seperti Melon Music untuk mencegah terjadinya kerugian dalam industri musik (Parc & Kim, 2020). Dengan adanya platform musisi legal, akan meningkatkan penjualan dari K-Pop tersebut dan akan membantu meningkatkan ekonomi Korea Selatan (Ingyu & Hyo Jung, 2014).

K-Pop berdampingan dengan K-Drama juga telah berhasil membawa Korea Selatan menjadi salah satu negara terkaya dengan memperkenalkan budaya dan musiknya yang dikemas secara atraktif yang mampu mendongkrak popularitas Korea Selatan di kancah dunia (Lie, 2000). Menurut data yang dilansir dari Statista, bisnis industri musik Korea Selatan dalam hal ini adalah ekspor musik K-Pop ke seluruh dunia mengalami grafik yang terus naik sejak tahun 2005 (Statista, 2021). Tahun 2005 nilai ekspor industri musik Korea Selatan berada di angka 22.28 US\$, dan terus mengalami peningkatan pesat hingga tahun 2017 berada di angka 512.58 juta US\$ (Statista, 2021) Selama tahun 2017, banyak grup idola baru bermunculan dan menarik minat masyarakat untuk membahas dan menikmati lebih lagi akan K-Pop. Dalam perjalanannya, K-Pop tidak berdiri dan menyebar secara mandiri, namun dukungan yang kuat dari pemerintah dan aktor non pemerintah membuat industri musik di Korea Selatan semakin berkembang pesat (Tirto, 2017). Dalam perkembangannya di industri musik Korea Selatan, K-pop melibatkan pemerintah dan juga publik dalam meningkatkan popularitasnya sehingga K-Pop semakin dikenal dan memiliki lebih banyak penggemar baru setiap tahunnya. Hal ini tentu berdampak baik secara ekonomi dan politik mengingat Korea Selatan menggunakan K-Pop sebagai salah satu media diplomasinya (Suryani, 2015).

Jika dikaitkan dengan teori diplomasi publik, maka diplomasi publik yang dilakukan Korea Selatan dapat dikatakan telah berhasil karena diplomasi publik melalui K-Pop sudah memperlihatkan hasil dengan banyaknya jumlah penggemar K-Pop yang tersebar di berbagai

belahan dunia. Selain itu, relasi antara pemerintah, pengusaha, pelaku industri, seniman, dan publik sendiri semakin memperkuat jalannya diplomasi publik melalui K-pop sehingga perkembangan K-Pop dapat dikatakan masif dan pesat yang menunjang keberhasilan diplomasi publik tersebut. Sedangkan pada teori globalisasi, K-pop telah menyebar ke seluruh dunia dengan bantuan media sosial dan dukungan dari pemerintah yang memanfaatkan konsep borderless world. Konsep dunia tanpa batas yang digagas dalam teori globalisasi memudahkan untuk berbagai budaya menyebar dengan cepat, begitu pula dengan K-Pop sehingga K-Pop semakin dikenal dan tentunya membawa dampak bagi industri musik Korea Selatan (Jang dan Kim, 2013). Dalam industri musik Korea Selatan, pengaruh K-Pop dapat dikatakan cukup besar untuk menyumbang ekonomi Korea Selatan, sebesar 756.2 juta USD dan juga mempengaruhi warna musik di Korea Selatan (Statista, 2022). Di tahun 2017, BTS menjadi "dewa" dalam dunia K-Pop karena telah berhasil menembus pasar Amerika Serikat dengan berhasil tampil dalam perhelatan Grammy Awards, sehingga hal itu menjadi acuan bagi banyak grup idola untuk mengikuti jejak kesuksesan BTS dengan mengikuti warna musik BTS yaitu dengan menggabungkan genre pop, rock, EDM, dan funk music (Tirto, 2017).



Gambar 6. BTS pada Grammy Awards 2017

Dalam perjalanannya, K-Pop dinilai cukup berpengaruh untuk industri musik Korea Selatan. Ada beberapa pengaruh yang terlihat untuk industri musik Korea Selatan antara lain:

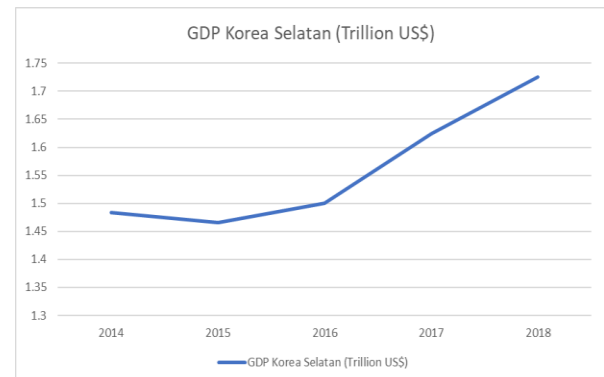
a. Bagi standar genre musik

Sebelum hadirnya K-pop, industri musik Korea Selatan didominasi oleh genre Ballad, Pop, dan Trot. Ketiga genre tersebut telah menghasilkan banyak artis ternama Korea Selatan, namun popularitasnya masih dalam lingkup nasional. Barulah pada saat K-Pop dicanangkan menjadi salah satu genre, banyak artis dan grup idola mulai bermunculan dan menguasai industri musik Korea Selatan. Sejak K-Pop masuk, standar genre musik Korea Selatan berubah menjadi genre K-Pop yang memasukkan unsur musik pop, rock, funk, dance, dan EDM (Empirics Asia, 2021)

b. Bagi Perekonomian Korea Selatan

Karena K-Pop menjadi salah satu komoditi utama dan menjadi salah satu produk unggulan Korea Selatan, maka tentunya penyebaran K-Pop membantu meningkatkan perekonomian Korea Selatan. Ekonomi Korea Selatan meningkat melalui penjualan album, tiket konser, dan penjualan produk musik melalui platform digital yang masuk pada sektor budaya. Peningkatan ekonomi Korea Selatan dari sektor industri musik pada tahun 2017 sudah mencapai 512 juta US\$ (Statista, 2021) Berdasarkan data yang diambil dari Statista dan website resmi pemerintahan Korea Selatan, berikut penulis paparkan grafik mengenai GDP Korea Selatan dari tahun 2014 – 2018, serta grafik ekspor industri musik Korea Selatan dari tahun 2014 – 2017.

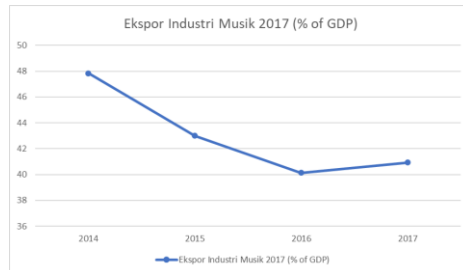
1. Grafik GDP Korea Selatan tahun 2014 – 2018



Sumber: Oleh penulis yang diolah dari Statista dan Counter Point Research

Dalam grafik tersebut, dijelaskan bahwa GDP Korea Selatan mengalami peningkatan yang cukup signifikan dari tahun 2014 menuju ke tahun 2018. Pada tahun 2014, GDP Korea Selatan berada di angka 1.484 Triliun US\$ dan selalu mengalami peningkatan hingga di tahun 2017 di angka 1.624 Triliun US\$ dan tahun 2018 di angka 1.725 Triliun US\$ (Statista, 2022). Selain GDP, Korea Selatan juga berhasil mengeksport musiknya ke pasar musik dunia. Walau sempat mengalami penurunan, namun grup idola yang bermunculan di rentang waktu 2017 perlahan mengubah grafik tersebut dan menaikkan posisi ekspor musik Korea Selatan

2. Grafik Ekspor Musik Korea Selatan tahun 2014 – 2017



Sumber: Oleh penulis yang diolah dari Statista dan Counter Point Research

Dalam grafik tersebut dijelaskan bahwa pada tahun 2014, K-Pop dapat mempengaruhi ekspor musik Korea Selatan sebesar 47.8% dari total GDP Korea Selatan. Namun tahun-tahun berikutnya mengalami penurunan hingga pada tahun 2016 berada di angka 40.1% saja. Namun dengan adanya grup idola yang semakin mendunia seperti BTS, pada tahun 2017 industri musik Korea Selatan perlahan mulai merangkak naik hingga di angka 40.9% dari total

GDP keseluruhan (Statista, 2022).

c. Bagi hubungan luar negeri

Karena K-Pop telah berhasil masuk ke pasar musik dunia, membuat para artis harus mempertahankan eksistensi mereka di pasar musik dunia. Para artis merilis album dan lagu dalam berbagai bahasa (Korea, Inggris, China, dan Jepang) untuk mendekati diri dengan penggemar internasional. Selain itu, banyaknya penggemar internasional membuat banyak grup idola yang memiliki member dari luar Korea Selatan seperti Jepang, China, Thailand, Taiwan, dan beberapa negara Asia lainnya (Suryani, 2015).

d. Bagi warna musik dan lirik lagu

Beberapa artis maupun grup idola menggunakan K-Pop sebagai alat untuk menyampaikan kritik maupun keresahan yang dialami pada usia tertentu, maupun kritik atas fenomena yang terjadi di sekitar mereka. Kritik yang disampaikan biasanya adalah kritik mengenai fenomena yang sedang terjadi, dan bahkan kritik mengenai politik negara tersebut. Kritikan tersebut dikemas secara tersirat melalui lirik lagu dan irama yang *upbeat*, sehingga makna lagu tersebut tersampaikan pada penggemar dan dapat dipahami dengan tersirat (Boman, 2019).

Pada tahun 2017 sendiri, K-Pop menjadi salah satu bidang yang diunggulkan di Korea Selatan. Prestasi para artis menjadi tolak ukur kesuksesan K-Pop dimana para artis tersebut semakin dikenal melalui karyanya dan berhasil melebarkan sayap untuk masuk ke pasar musik Amerika Serikat (The Korea Times, 2020). Selain itu, penjualan album, tiket konser, dan *merchandise* menjadi salah satu faktor meningkatnya perekonomian Korea Selatan sehingga tahun 2017 menjadi masa kejayaan K-Pop setelah tahun 2012 (Tirto, 2021)

IV. Simpulan

K-Pop dalam perjalanannya telah berpengaruh untuk industri musik Korea Selatan secara keseluruhan dengan menjadi genre yang paling diminati setelah Trot dan Ballad, sehingga semakin mudah untuk memasarkan K-Pop ke luar negeri. Dalam industri musik Korea Selatan, K-Pop tentu memberikan pengaruh yang cukup besar yaitu mengubah standar industri musik, yang tadinya berfokus pada Trot dan Ballad, sekarang beralih menjadi K-Pop sebagai genre utama. Lalu pengaruh lain ada warna musik dan lirik lagu, dimana warna musik K-Pop cenderung funk dan upbeat, sehingga menjadi ciri khas musik K-Pop sendiri. Selain itu pengaruh lain ada pada bidang ekonomi, dimana K-Pop menjadi salah satu bidang yang membantu peningkatan pendapatan Korea Selatan.

Daftar Pustaka

- Alam, B. (2014). Globalisasi dan perubahan budaya: perspektif teori kebudayaan. *Antropologi Indonesia*.
- Azkiya, L. (2019). Globalisasi Sebagai Proses Sosial dalam Teori-Teori Sosial. *Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 8(1), 13-27.
- Gunawan, I. (2013). Metode penelitian kualitatif. *Jakarta: Bumi Aksara*, 143.
- Larasati, D. (2018). Globalization on Culture and Identity: Pengaruh dan Eksistensi Hallyu (Korean-Wave) Versus Westernisasi di Indonesia. *Jurnal Hubungan Internasional*, 17(1), 109-120.
- Lee, K. M., Barrett, K. C., Kim, Y., Lim, Y., & Lee, K. (2015). Dance and music in "Gangnam Style": how dance observation affects meter perception. *Plos One*, 10(8), e0134725.
- Poetri, M. R., Ranteallo, I. C., & Zuryani, N. (2015). Perilaku Konsumtif Remaja Perempuan terhadap Trend Fashion Korea di Jakarta Selatan.
- Putri, L. A. (2020). Dampak Korea Wave Terhadap Perilaku Remaja Di Era Globalisasi. *Al-Ittizaan: Jurnal Bimbingan Konseling Islam*, 3(1), 42-48.
- Romli Atmasasmita, S. H. (2016). *Hukum kejahatan bisnis: Teori & praktik di era globalisasi*. Prenada Media.
- Semiawan, C. R. (2010). *Metode penelitian kualitatif*. Grasindo.
- SISWANDI, R. A. (2019). *PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, KOREAN WAVE, BRAND IMAGE, WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK KOREA "NATURE REPUBLIC" DI KOTA SURABAYA* (Doctoral dissertation, STIESIA SURABAYA).
- Srihartati, E., & Abdillah, Y. (2018). Pengaruh Korean Wave Dan Country Of Origin Terhadap Brand Awareness Dan Brand Image Kosmetik Korea (Survei Pada Mahasiswi S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Konsumen Produk Kosmetik Etude House). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 65(1), 36-45.
- Do Kyun, K., & Se-Jin, K. (2011). *Hallyu from its Origin to Present: A Historical*. Seoul: Seoul National University Press.
- Haekyung, U. (2013). *The Poetics of the resistance and the politics of crossing borders: Korean hip-hop and cultural reterritorialisation. Popular Music*.
- Ingyu, O., & Hyo Jung, L. (2014). K-pop in Korea: How the Pop Music Industry Is Changing a. *Cross-Currents: East Asian History and Culture Review, Volume 3, Number*, 79.
- KOCCA. (2022). *Enriching Lives with Creative Contents*. Retrieved from <http://eng.kocca.kr/en/main.do>
- Lie, j. (2000). *Han Unbound: The Political Economy of South Korea*. Stanford: CA: Stanford University Press.
- Parc, J., & Kim, S. D. (2020). The Digital Transformation of the Korean Music Industry and the Global Emergence of K-Pop.

Sendow, B. E. (2019). KOREAN WAVE SEBAGAI INSTRUMEN SOFT POWER. *Jurnal FISIP UNSRAT*, 8.

Statista, R. D. (2021). *Value of music industry exports from South Korea from 2005 to 2019*. Retrieved from Statista.com: <https://www.statista.com/statistics/625158/south-korea-export-music-industry/>

Sue Jin, L. (2011). The Korean Wave: The Seoul of Asia. *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications* • Vol. 2, No. 1 • Spring 2011, 90.

Suryani, N. P. (2015). KOREAN WAVE SEBAGAI INSTRUMEN SOFT POWER UNTUK

MEMPEROLEH KEUNTUNGAN EKONOMI KOREA SELATAN. *Global Jurnal Politik Internasional*, 73.

The Korea Times. (2016). *Global 'hallyu' fans swell to 35 million in 86 countries*.

Tirto. (2017, Agustus 5). *Legenda di Balik Penciptaan K-Pop*. Retrieved from TirtoId: <https://tirto.id/legenda-di-balik-penciptaan-k-pop-ctX4>

Yudhantara, R. L. (2013). Korean Wave (Hallyu) sebagai soft diplomacy Korea Selatan.