

**ANALISIS FENOMENOLOGI BUDAYA K-POP DIKALANGAN  
MAHASISWA UNDIKNAS DENPASAR**

**MARIA MELINDA**

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the K-pop cultural phenomenon that occurred among Undiknas University Denpasar students. As well as analyzing the form of assimilation and the communication effect that is caused by the existence of K-pop culture in the middle of student association. This type of research is a qualitative descriptive describing the experience of students who directly feel what kind of a k-pop culture. Data source used is primary and secondary data source. In the selection of informants, the research used purposive sampling technique, the informants chosen were Undiknas students themselves. Data collection techniques used literature study techniques, observation, and interviews.*

*This study uses Phenomenology Theory as the main theory that assess an event through real experience or experience experienced individually. The informants gave their opinions and judged what kind of a k-pop culture, after they experienced themselves as fans of K-pop culture. In addition, the informants realized there were some changes from within the self, attitude, and habits that started following Koreans. Assimilation Theory is also used in studying the changes that are particularly related to the culture and effects that arise namely the cognitive effects, affective effects, and conative effects of Korean dramas, music and products that are loved by students who love K-pop culture.*

*Keywords: K-pop Culture Phenomenon, Cultural Blending, Phenomenology Theory.*

**PENDAHULUAN**

Hadirnya arus globalisasi ditengah-tengah masyarakat kita telah membawa kita pada kemunculan sebuah kebudayaan baru yang konon katanya lebih atraktif, fleksibel dan mudah dipahami sebagian masyarakat. Sebuah istilah "Budaya Populer" atau

disebut juga dengan "Budaya Pop", dimana dalam pengaktualisasiannya telah mendapat dukungan dari penggunaan perangkat berteknologi tinggi, sehingga dalam penyebarannya begitu cepat dan mengena serta mendapat respon sebagian besar kalangan masyarakat. Dahulu kita

mengenal budaya pop yang berkembang banyak dikuasai oleh Amerika dengan maraknya tayangan mulai dari film ataupun musiknya. Terungkap bahwa dari 10 film box office terpopuler di tahun 1991, seluruhnya adalah film-film produksi Hollywood, yang dihasilkan oleh studio-studio milik Amerika. Begitu pula dengan lagu-lagu mereka yang selalu menjadi *hits* di tangga musik radio seluruh dunia.

Tak pelak, kesuksesan tersebut telah menempatkan selebritis mereka seperti Sylvester Stallone, Arnold Schwarzenegger, Marilyn Monroe, Madonna, Angelina Jolie, Elvis Presley, Bon Jovi, dan Michael Jackson, sebagai ikon pop dunia. Namun, trend ini mulai berubah setelah budaya pop dari Asia yaitu Korea Selatan mampu masuk ke pasar budaya pop internasional dengan maraknya penyebaran budaya pop ke berbagai negara di dunia mulai dari drama, film dan musiknya. Beberapa waktu belakangan ini, budaya pop Korea Selatan berkembang dengan sangat pesat sampai menghasilkan sebuah fenomena *Korean Wave* atau *Hallyu*. Pada saat ini, hallyu diikuti

dengan banyaknya perhatian akan produk Korea Selatan, seperti masakan, barang elektronik, musik dan film. Fenomena ini turut mempromosikan bahasa Korea dan budaya Korea ke berbagai negara.

K-pop perlahan tapi pasti mulai menjadi budaya internasional. Masyarakat dunia mulai mengenal K-pop diawali dengan munculnya drama Korea yang mulai populer pada tahun 2000 melalui *Endless Love* yang diperankan oleh Song HyeGyo, Song Seung Hoon, dan Won Bin. Seiring berkembangnya waktu K-pop semakin berkembang dan popularitasnya tak terbendung lagi dikancah dunia setelah, video *Gangnam Style* dari rapper Korea PSY menjadi video youtube paling populer. Lebih dari 131 juta kali video ini dilihat di youtube. Bahkan pada 20 September 2012 lalu, video ini juga masuk rekor dunia di *Guinness Book of Record*. *Gangnam Style* menjadi lagu K-Pop pertama sepanjang sejarah yang berhasil meraih viewers MV di atas 150 juta kali di Youtube. Selain jutaan kali ditonton *Gangnam Style* juga banyak di *cover* koreografinya misalnya saat melakukan *Flashmob*.

Dari Gangnam Style banyak orang mulai tertarik dengan K-pop walaupun tidak mengerti bahasa Korea.

Fenomena K-pop saat ini telah menyebar ke berbagai negara tidak terkecuali di Indonesia. Di Indonesia sendiri fenomena K-pop tengah melanda kaum muda dimana mereka mulai menggandrungi drama korea dan musik korea sebagai salah satu hiburan yang mereka tonton sehari-hari. K-pop di Indonesia diawali oleh serial drama korea yang ditayangkan beberapa stasiun televisi swasta. Selanjutnya, ketertarikan terhadap *ost* atau *soundtrack* serial drama membawa kaum muda tersebut mulai menyukai musik pop korea. Kombinasi lagu yang dinamis, *dance* yang sinkron, penamapilan yang fashionable, serta wajah yang rupawan membuat K-pop menjadi sangat digemari oleh kaum muda sampai saat ini. Apalagi kaum muda sangat mudah untuk mengakses informasi tentang K-pop melalui media-media informasi seperti YouTube, Instagram, berbagai website berita, portal musik.

Fenomena K-pop di Indonesia juga tidak terlepas dari adanya

hubungan baik antara Indonesia dan Korea Selatan hal ini di tandai dengan di banggunya taman Korea yang terletak di pusat kota Surabaya di awal Januari 2010. Taman ini menjadi simbol persahabatan kedua negara. Hubungan baik tersebut tersebut kini berkembang hingga adanya asimilasi antara Indonesia dan Korea Selatan. Menurut Park dan Burgess dalam Mulyana (2010:159) asimilasi merupakan suatu proses interpretasi dan fusi. Melalui proses ini orang-orang dan kelompok-kelompok memperoleh memori-memori, sentimen-sentimen, dan sikap-sikap orang atau kelompok-kelompok lainnya, dengan berbagai pengalaman dan sejarah, tergabung dengan mereka dengan suatu kehidupan budaya yang sama. Asimilasi K-pop di Indonesia dapat dilihat dengan munculnya *Boyband* asal Indonesia yaitu S4 hasil kerja sama Indonesia-Korea yang di bawah manajemen Indonesia-Korea YS Entertainment dan Rainbow Bridge Agency. Bukan hanya S4 tetapi masih banyak *boyband* dan *Girlband* Indonesia lainnya yang muncul dengan musik dan gaya busana yang dikombinasikan dengan K-pop. Di

bidang teknologi kaum muda Indonesia banyak menggunakan salah satu aplikasi *free call* dan *messenger* asal Korea yaitu Line. Line selain mudah diunduh, banyak juga stiker menarik di dalamnya sehingga bisa mengekspresikan diri selain hanya pesan dalam bentuk kalimat.

Di Bali beberapa waktu lalu iKONIC Bali, rela berdesak-desakan demi menyambut iKon, *boyband* idolanya di Bandara Internasional Ngurah Rai Bali. Selain itu beberapa Mahasiswa di kampus Undiknas Denpasar menyukai K-pop hingga menjadi fans fanatiknya seperti drama, musik, gaya busana Korea, dan makanan Korea. Hal ini dapat dilihat

## **METODE PENELITIAN**

### **1. Lokasi Penelitian**

Penelitian akan dilakukan di Undiknas University Denpasar, yang beralamat di Jl. Bedugul no.39, Sidakarya, Denpasar Selatan. Pertimbangan pemilihan di lokasi ini didasarkan cukup banyak mahasiswa Undiknas yang menyukai K-pop dilihat dari penampilan dan gaya

pada, Station Kpop World salah satu restaurant Korea di Bali yang letaknya sangat dekat dengan kampus Undiknas Denpasar, setiap harinya selalu ramai dikunjungi, dan pengunjung restoran hampir di dominasi oleh Mahasiswa Undiknas. Inilah yang menjadi latar belakang dari penelitian ini, bahwa fenomena *hallyu* atau *Korean wave* sudah menyebar luas hingga di kalangan Mahasiswa oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang, bagaimana fenomena K-pop di kalangan Mahasiswa Undiknas Denpasar? dalam skripsi yang berjudul “**Analisis Fenomenologi Budaya K-pop di Kalangan Mahasiswa Undiknas Denpasar**”.

busana setiap hari saat berkuliah.

### **2. Desain Penelitian**

Desain penelitian dibuat agar memungkinkan peneliti mampu menjawab pertanyaan dengan valid, objektif, tepat dan hemat. Pendekatan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan paradigma kualitatif dengan analisis

fenomenologi. Silalahi (2012:180-181) mengatakan bahwa metode (atau pendekatan) kualitatif menawarkan beberapa tradisi dalam metode pengumpulan data, analisis, penulisan laporan atau rancangan menyeluruh yang mencakup seluruh tahap dalam proses dimana dari salah satu dari empat desain yang sering ditemui dan digunakan dalam penelitian kualitatif untuk meneliti manusia dan sosial adalah studi fenomenologis. Dalam penelitian ini, fenomena yang diamati adalah budaya K-pop di kalangan mahasiswa pada periode akhir tahun 2017. Dengan merujuk pada pemahaman fenomenologi, membuat pengalaman yang dihayati secara aktual sebagai data dasar suatu realitas, peneliti juga mengalaminya secara langsung menyaksikan tayangan- tayangan K-pop yang membuat peneliti menyadari akan adanya pengaruh budaya K-pop ini yang khususnya

dalam penelitian ini di kalangan mahasiswa.

Data utama diperoleh dari peneliti sendiri yang secara langsung mengumpulkan informasi yang didapat dari subjek penelitian yaitu mahasiswa penggemar K-Pop di Undiknas Denpasar dan ditambah dengan bantuan orang lain. Penelitian ini dilakukan secara intensif lewat observasi di lapangan, wawancara dengan informan, penelaahan melalui literatur. Desain penelitian ini pada tahap pembahasan penelitian, akan berisi uraian-uraian tentang objek yang menjadi fokus penelitian yang ditinjau dari sisi-sisi teori yang relevan dengannya dan tidak menutup kemungkinan bahwa desain penelitian ini akan berubah sesuai dengan kondisi atau realita yang terjadi di lapangan.

### **3. Jenis data**

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Data kualitatif adalah data yang disajikan dalam bentuk kata,

kalimat dan gambar. Menurut Sugiyono (2010 : 135 ) data kualitatif dapat berupa kegiatan mengamati, memahami menafsirkan setiap data atau fakta serta berhubungan diantara data dan fakta yang berkaitan dengan variabel-variabel dan hipotesis bila ada. Data kualitatif dalam penelitian ini adalah hasil pengamatan dari beberapa referensi jurnal dan juga dari wawancara informan. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengeksplorasi perilaku, perspektif, dan pengalaman dari orang-orang yang mereka pelajari.

#### 4. Sumber data

Sumber data terbagi atas dua yaitu data primer dan sekunder. Sugiono (2015:137) memberikan rincian terhadap sumber data yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil pengamatan atau observasi dan wawancara dengan informan atau responden yang merupakan mahasiswa Undiknas penggemar K-pop.

#### Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data pada pengumpulan data. Sumber data sekunder dalam penelitian ini yaitu definisi-definisi kata, jurnal, artikel, serta situs internet yang berkaitan dengan penelitian ini.

#### 5. Informan Penelitian

Moleong (2014:132) menjelaskan subyek penelitian sebagai informan, yang artinya orang pada latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar

penelitian. Dengan kata lain informan penelitian adalah orang-orang yang diamati atau menjadi sasaran dan informasi terkait dengan topik dari suatu penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menerjemahkan informan penelitian yaitu mahasiswa Undiknas, dengan menggunakan teknik *purposive sampling*.

Menurut Sugiono (2010:2015) *purposive sampling* merupakan teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif. Peneliti memilih informan menurut kriteria tertentu yang telah ditetapkan. Mereka yang dipilih pun harus dianggap kredibel untuk menjawab masalah penelitian. Adapun kriteria dalam memilih informan yaitu :

1. Mahasiswa Undiknas
2. Berusia 19 tahun keatas
3. Mengetahui budaya k-pop secara umum (tidak harus menyukai)

Undiknas memiliki 4 (empat) fakultas dan jumlah mahasiswa di setiap fakultas tidak sama. Maka dari itu peneliti akan memilih 7 (Tujuh) mahasiswa dari setiap fakultas yang berbeda untuk dijadikan sampel sehingga dapat mengetahui fenomena budaya k-pop yang terjadi di kalangan mahasiswa Undiknas.

## **6. Teknik Pengumpulan data**

### Studi Pustaka

Menurut Supranto dalam Ruslan (2013:31) mengemukakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan materi data atau informasi melalui jurnal ilmiah, buku-buku referensi dan bahan-bahan publikasi yang tersedia di perpustakaan. Dalam studi pustaka, peneliti melakukan teknik pengumpulan data dengan menggunakan sumber-sumber dari :

**buku/referensi** sebagai penunjang penelitian, adapun beberapa buku yang dipakai seperti : buku Metodologi Penelitian Kualitatif, Lexi J Moleong tahun 2014, buku Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Sugiyono tahun 2010. Selain buku-buku di atas dilengkapi dan

mencari data-data yang dibutuhkan dari literature referensi, makalah dan yang lainnya. Sehingga peneliti memperoleh data-data yang tertulis melalui telaah bacaan yang ada kaitannya dengan masalah penelitian.

**Karya ilmiah** merupakan karya tulis yang berisi suatu pembahasan ilmiah yang dilakukan oleh seorang peneliti. Peneliti mendapatkan berbagai data yang diinginkan untuk melengkapi penelitian yang diinginkan.

Peneliti menggunakan **sumber online** sebagai data pendukung untuk kebutuhan informasi penelitian ini, seperti: google, yahoo, dan blog karena didalam situs ini banyak informasi-informasi yang dibutuhkan untuk kepentingan penelitian ini.

#### Observasi

Menurut Bungin (2013:142), observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra mata sebagai alat bantu utama selain panca indra lainnya. Oleh karena itu, observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui

hasil kerja pancaindra mata serta dibantu dengan panca indra lainnya. Dalam tahap observasi peneliti mengamati secara langsung bahwa kampus Undiknas berpotensi untuk dapat lokasi penelitian sulalu memilih informan secara acak sebagai sumber data.

#### Wawancara

Metode wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa pedoman (*guide*) wawancara. Penelitian ini menggunakan metode wawancara sistematis dan semistruktur. Dalam wawancara sistematis penulis terlebih dahulu mempersiapkan pedoman tertulis dan daftar pertanyaan tentang apa yang hendak di tanyakan, serta metode wawancara semistruktur di lakukan dengan secara bebas namun penulis tetap mengarahkan agar wawancara tersebut tetap berada dalam jalur pokok permasalahan.

#### 7. Teknik Pemeriksaan



### **Keabsahan Data**

Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi beberapa pengujian. Peneliti menggunakan Uji Kredibilitas Data atau uji kepercayaan terhadap hasil penelitian. Uji keabsahan data ini diperlukan untuk menentukan valid atau tidaknya suatu temuan atau data yang dilaporkan peneliti dengan apa yang terjadi sesungguhnya di lapangan.

Cara pengujian kredibilitas data atau kepercayaan terhadap hasil penelitian menurut Sugiyono dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif, dan membercheck. (Sugiyono, 2010:121):

**Perpanjangan pengamatan.** Peneliti kembali ke lapangan, melakukan pengamatan, wawancara lagi dengan sumber data yang pernah ditemui maupun yang baru. (Sugiyono, 2010:122).

**Triangulasi.** Pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Triangulasi sumber dilakukan dengan cara

mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Triangulasi teknik dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik berbeda. Triangulasi waktu dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. (Sugiyono, 2010 :127). **Member Check.** Proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data. Tujuan member check adalah untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan apa yang diberikan oleh pemberi data. Sehingga informasi yang diperoleh dan akan digunakan dalam penulisan laporan sesuai dengan apa yang dimaksud sumber data atau informan. Sugiyono (2010:122)

### **8. Teknik Analisis Data**

Analisa data yang dilakukan dalam penelitian ini, yaitu:

*Data Reduction* (reduksi data), yaitu data yang diperoleh dilapangan diketik dalam bentuk laporan atau uraian yang rinci. Laporan-laporan yang telah disusun perlu direduksi, dirangkum, dipilih dan difokuskan pada hal-hal pokok.

*Data Display* (penyajian data), yaitu membuat berbagai macam matrik, grafik, *network*, dan sebagainya dari tumpukan data yang telah diperoleh agar dapat melihat gambaran keseluruhan atau bagian-bagian tertentu, dari data yang diperoleh sehingga peneliti dapat menguasai data dan dapat mengambil kesimpulan yang tepat.

*Conclusion Verification* (penarikan kesimpulan), yaitu mencari arti, mencatat keteraturan makna, pola-pola, penjelasan konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, proposisi, alur sebab, sehingga makna-makna yang muncul selama penelitian dilakukan dari data yang diperoleh harus diuji kebenarannya, kekokohnya, kecocokannya yang merupakan validasinya.

## HASIL PENELITIAN

Wawancara dilakukan terhadap 28 orang informan yang dianggap representatif terhadap obyek masalah dalam penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mencari data pada level individu, yaitu mahasiswa Undiknas. Setiap subjek dalam

penelitian ini memiliki sisi-sisi yang unik. Hal ini dimaksudkan untuk menjadi perbandingan satu sama lain dalam mencari data mengenai fenomena budaya K-pop di kalangan Mahasiswa Undiknas. Berdasarkan hasil tahapan observasi dan wawancara yang telah dilakukan terhadap beberapa informan di 4 (empat) fakultas yang ada di Undiknas. Maka data yang diperoleh sebagai berikut :

### 1. **Ketertarikan Mahasiswa Undiknas Pada Budaya K-pop**

Korea, sekaligus budaya di dalamnya, memiliki daya tarik yang luar biasa yang mengakibatkan jumlah pecinta dan pemerhatinya bertambah dari waktu ke waktu. Orang tertarik pada Korea karena Korea itu unik dalam berbagai sisinya termasuk kebudayaan, kuliner, hingga pariwisatanya. Yang luar biasa tidak hanya dramanya saja, *Boyband* dan *Girlband* juga di sukai anak muda di Indonesia. Bukan hanya anak muda yang menyukainya bahkan anak kecil dan dewasa juga suka karena wajah K-pop alias boyband asal Korea disukai mulai dari personilnya yang keren,

ganteng, cantik dengan wajah oriental mereka kemudian lagu, aksi dance, gaya rambut, sampai style fashion mereka yang unik dianggap sebagai *trendsetter* masa kini. Hal yang sama juga terjadi pada beberapa mahasiswa Undiknas yang menyukai budaya k-pop. Mahasiswa yang menyukai budaya k-pop memiliki ketertarikannya masing-masing, seperti yang disampaikan beberapa mahasiswa berikut :

“ Ia saya menyukai budaya k-pop, karena wanitanya cantik-cantik, laki-lakinya juga ganteng-ganteng dan saya juga menyukai musik, juga makanan korea seperti Samyang dan Kimchi ” (sumber Maria Thalia, wawancara pada 13/11/2017)

“Lebih suka ke musik dan drama Korea, kalau drama mereka bisa menyentuh emosional dari penontonnya sendiri dengan cara yang sederhana, dan dapat membuat penontonnya senang dan sedih. Kalau dari musik mereka memiliki musik yang beragam selalu modern dan video klipnya selalu baru.” (sumber Pipin Carolina, wawancara pada 14/11/2017)”

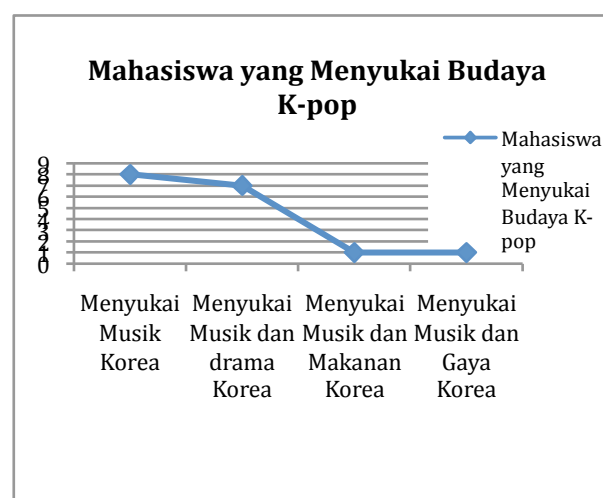
“Suara penyanyinya yang bagus, dan musiknya yang enak di dengar. Serta *style* berpakaian yang modis, gaya rambut, aksesoris yang lebih bervariasi dan beraneka ragam dapat

menginspirasi kalangan remaja.” (sumber Nilawati, wawancara pada 4/12/2017)

“Drama Korea dan Lagunya yang enak, orangnya ganteng, nilai tambahnya prestasi yang bagus. Ya suka karena dapat menghibur diri dan ada sensasinya tersendiri” ( sumber Wulan Anggreyani, wawancara pada 5/12/2017)

“Suka musiknya, lagunya, Boyband dan Girlbandnya, aktor-aktornya dan masih banyak lagi ( Sumber Dani Ady Putra, wawancara pada 5 Desember 2017)

Dari hasil wawancara dengan informan penelitian, didapatkan data bahwa dari 28 mahasiswa Undiknas yang dijadikan informan penelitian terdapat 18 yang menyukai budaya k-pop dengan grafik sebagai berikut :



Grafik mahasiswa yang menyukai budaya K-pop

## 2. Kepercayaan Mahasiswa Undiknas Terhadap Budaya K-pop

Banyak yang menjadi alasan mengapa budaya k-pop makin digandrungi oleh kaum muda. Bagaimana mereka bisa memikat kaum muda dengan cara yang unik dan bisa menarik mereka ke dalam

sebuah komunitas penggemar. Namun tidak selalu penyuka Korea bisa disebut penggemar karena ada juga penyuka musiman yang hanya menyukai k-Pop dalam jangka waktu tertentu. Budaya k-pop digandrungi bukan hanya karena musiknya yang enak untuk di dengarkan tetapi juga karena penampilan mereka yang memukau. Mereka selalu terlihat sempurna di segala kesempatan. Koreografi tarian yang menarik dan berbeda untuk setiap grup juga menjadi ciri khas tersendiri.

Pada tingkat penggemar, banyak kaum muda yang akan bergabung dalam suatu komunitas dari artis tertentu dengan sebutan fandom. Dari

hasil wawancara beberapa mahasiswa Undiknas bukan lagi hanya sebatas menyukai tetapi sudah masuk pada tingkat penggemar.

“Saya multifandom tetapi lebih condong ke fandom got7 yaitu igot7, dan seventeen.” (sumber Wulan Anggreyani, wawancara pada 5/12/2017)”

“ Group idola saya saat ini Wannaone dan BTS, saya masuk dalam fandom kedua grup ini dan benar-benar saya ikuti informasinya seperti lagu terbaru, video klip terbaru serta perkembangan para membersnya. “ (sumber Delarise Mbete, wawancara 11/12/2017)

“Ya masuk dalam fandomnya Super Junior, namanya ELF Everlasting Friends), saya tidak ikut join dalam fandomnya tetapi merasa sebagai seorang ELF” (sumber Meylda Kristina Dewi, wawancara pada 17/11/2017).

Industri budaya K-pop tidak akan seperti sekarang jika bukan karena basis penggemarnya. Dalam waktu singkat telah terjaring ratusan, ribuan, bahkan jutaan penggemar. Komunitas penggemar kemudian membentuk sub-kultur mandiri dan membuat industri budaya K-pop tetap hidup sampai sekarang dan menjadi

sebuah sub-kultur yang hadir secara global. Peran media massa dalam hal ini tentu sangat besar sebagai *Transmission of Values* atau penyebaran nilai-nilai, dalam penyebaran nilai-nilai yang ada pada tayangan-tayangan Korea yang kemudian diadopsi oleh khalayak penggemar. Karna sangat menyukai artis idolanya tidak jarang para penggemar bisa menjadi penggemar fanatik.

Selain menyebarkan nilai, musik dan drama Korea juga memberikan stimulis emosi bagi para penggemarnya seperti : rasa senang, sedih, dan marah, karena para penyanyi dan aktor/aktrisnya mampu menyampaikan emosi mereka dengan baik baik melalui musik, suara, dan juga akting mereka. Selain mampu memainkan emosi para penggemarnya melalui kemampuan mereka. Artis idola Korea juga terkenal sangat dekat dengan para fansnya sehingga, hal ini membuat para fans merasa memiliki atas artis idola tersebut.

### **3. Perubahan Diri dan Sikap Mahasiswa Undiknas**

Penggemar musik K-Pop bertambah jumlahnya dikarenakan ketertarikan remaja terhadap variasi musik mereka sehingga tidak hanya melakukan pembelian album untuk mengkonsumsi musik, namun mereka juga mengkonsumsi dengan berbagai macam cara. Misalnya dengan membeli *merchandise* baik yang official maupun yang tidak. Manajemen idola di Korea nampaknya lebih cerdas, dengan memanfaatkan momen boomingnya K-Pop, mereka seolah menjual apapun yang berkaitan dengan idola K-Pop. Mulai dari clearfile (tempat menyimpan kertas), bantal, kipas, towel (handuk kecil yang biasa dipakai untuk konser sebagai penanda dari fandom mana kita berasal), lightstick (bentuknya seperti tongkat kecil yang mempunyai lampu dan biasanya sesuai dengan lampu fandom) seperti Thalia yang mengatakan:

“ Suka k-pop sejak kelas 3 SMP. Karena suka k-pop saya masuk kedalam fandom Bigbang, namanya VIP. Kurang tau kalau di Bali ada VIP, tapi kemarin saya diajak anggota VIP Jakarta melalui Instagram untuk bergabung, jadi saya ikut jadi VIP Jakarta. Saya sendiri kurang aktif dalam Fandom tersebut namun kalau ada berita tentang Bigbang pasti akan saya baca. Saya juga punya k-pop

merchandise, seperti lampu, dan juga poster-poster Boybandnya. Nanti jika ada lagi konsernya di Indonesia pasti akan ikut. Walaupun jauh harus ke Singapore pasti akan datang nonton. (Maria Daisy Rufina Thalia, Wawancara, 13/11/2017).

Hal yang sama juga di ungkapkan Nila. “ Sejak kelas 1 SMA saya mulai menyukai k-pop, saya mengenal k-pop dari teman-teman saya yang juga menyukai k-pop, dari sejak itulah saya juga menyukainya. Saya selalu mengikuti perkembangan k-pop dari instagram dan facebook. Informasi yang saya ikuti dari k-pop yaitu khususnya mengenai boyband EXO dan drama korea terbaru yang sedang viral. Saya merasa senang ketika membaca tentang informasi mengenai EXO ataupun drama korea terbaru apalagi drama yang dirilis itu memiliki genre romence dan thriller. Saya juga termasuk dalam fandom EXO nama fandomnyaEXO-l,karena saya menyukai EXO saya punya poster dan bantal kepala bergambar personil exo saya juga rela mengeluarkan biaya lebih jika ada konser exo-l di Bali. “

Selain mengungkapkan bahwa mereka memiliki k-pop *merchandise*, mahasiswa yang menyukai budaya k-

pop juga sadar bahwa budaya k-pop ini membawa pengaruh bagi diri mereka sendiri misalnya, cara berpenampilan, kreatif, hingga termotivasi untuk belajar bahasa Korea. Selain itu budaya k-pop juga membawa perubahan yang baik bagi beberapa mahasiswa yang menyukai k-pop.

“Yang pasti setelah mengenal budaya k-pop jadi makin banyak tahu soal *fashion*”(sumber Helena, wawancara pada 7/12/2017)

“ Kita makin kreatif dan punya banyak teman yang juga suka sama k-pop” (sumber Lidya Eldina, Wawancara pada 6/12/2017)

“Saya jadi bisa belajar bahasa Korea dan gaya rambut artis Korea” sumber Dany Adi Putra, wawancara pada 5/12/2017 )

“setelah banyak menonton drama Korea yang menceritakan tentang semangat hidup saya semakin termotivasi” (sumber Ayu Nirmala Noviyanthi, wawancara pada 5/12/2017 )

“ Setelah mengenal budaya k-pop saya lebih sering memegang hp untuk membaca informasi informasi artis idola saya, hal ini juga membuat saya banyak menghabiskan kuota internet, boros kuota untuk Youtube.

“ K-pop membentuk kepribadian saya, yang awalnya pemalu hingga saya berani berkomunikasi dengan orang

lain apalagi ketika mereka sedang membicarakan tentang musik k-pop saya dengan mudah bisa bergabung karena saya juga tau informasinya” (sumber Delarise Mbete, wawancara 11/12/2017).

Sikap-sikap penggemar budaya k-pop terhadap apa yang digemarinya ternyata menimbulkan pola perilaku-perilaku. Perilaku ini dimaknai berbeda oleh mahasiswa yang menyukai budaya k-pop dimana pengaruhnya dapat mengarah ke hal yang positif namun dapat pula kearah yang negatif. Pengaruh yang timbul kepada setiap penggemar pasti akan berbeda-beda tetapi tergantung dari penggemar itu sendiri apakah ia mampu untuk menyadari perilaku negatif tersebut.

## **PEMBAHASAN**

### **1. Komunikasi Antar Budaya dan Proses berlangsungnya Komunikasi Antar Budaya**

Dari data yang diperoleh *Korean wave* atau demam Korea yang terjadi di kalangan mahasiswa Undiknas merupakan bentuk komunikasi budaya. Menurut Lustig dan Koster dalam Liliweri (2011 : 11) Komunikasi antar budaya merupakan suatu proses komunikasi simbolik,

interpretatif, transaksional, kontekstual yang di lakukan oleh sejumlah orang yang karena memiliki perbedaan derajat kepentingan tertentu, memberikan interpretasi dan harapan secara berbeda terhadap apa yang disampaikan dalam bentuk perilaku tertentu sebagai makna yang di persatukan.

Mahasiswa yang menyukai budaya k-pop secara tidak langsung diterpakan pesan budaya melalui tayangan budaya k-pop yang ditonton selama ini. Dari sinilah mereka mulai belajar mengenai bahasa, kebiasaan, dan perilaku orang Korea.

Komunikasi antar budaya merujuk kepada fenomena komunikasi dimana para partisipan yang berbeda dalam latar belakang kultural menjalin kontak satu sama lain secara langsung maupun tidak langsung. Budaya dan komunikasi saling memiliki keterkaitan dan tidak dapat dipisahkan. Karena berjalannya suatu komunikasi yang baik didukung dengan saling mengenal dan memahami budaya yang lain apabila tidak, akan muncul kesalahpahaman dan sebaliknya. Berkembangnya suatu budaya juga didukung melalui komunikasi yang

benar agar pesan yang disampaikan melalui budaya (lambang atau simbolik) dapat tersampaikan dengan baik. Liliweri (2003: 15) memberikan asumsi-asumsi dalam rangka memahami kajian komunikasi antar budaya sebagai berikut.

1. Komunikasi antar budaya dimulai dengan anggapan dasar bahwa ada perbedaan persepsi antara komunikator dengan komunikan.
2. Dalam komunikasi antar budaya terkandung isi dan relasi antar pribadi.
3. Gaya personal mempengaruhi komunikasi antar budaya.
4. Komunikasi antar budaya bertujuan untuk mempengaruhi tingkat ketidakpastian.
5. Komunikasi berpusat pada kebudayaan.
6. Efektivitas antar budaya merupakan tujuan komunikasi.

Budaya dan komunikasi tidak dapat dipisahkan, oleh karena budaya tidak hanya menentukan siapa bicara siapa, tentang apa, dan bagaimana komunikasi berlangsung, tetapi budaya juga turut menentukan orang menyandi pesan, makna yang ia

miliki untuk pesan dan kondisi-kondisinya untuk mengirim, memperhatikan, dan menafsirkan, pesan. Sebenarnya, seluruh perilaku kita sangat tergantung pada budaya kita dibesarkan. Konsekuensinya budaya merupakan landasan komunikasi. Bila budaya beraneka ragam, maka beragam pula praktik-praktik komunikasi.

## 2. Asimilasi Budaya

Para informan mengungkapkan bahwa budaya k-pop yang berkembang saat ini sudah membawa perubahan dalam pergaulan mereka sehari-hari, seperti dalam berkomunikasi dengan teman, mereka mulai menggunakan bahasa Korea. Selain itu karena informasi akan artis idola mereka merupakan suatu kebutuhan yang harus terpenuhi membuat mereka lebih fokus pada *gadget* masing sehingga menjadi lebih individualistik seperti yang orang Korea lakukan. Melalui perilaku-perilaku tersebut kita dapat melihat bahwa sudah terjadi pembauran antara kedua budaya ini. Budaya menjadi satu hal yang sangat berkaitan dengan struktur masyarakat karena merupakan hasil dari interaksi manusia di dalam masyarakat. Di dalam budaya



biasanya terdapat kebiasaan, nilai-nilai dan pola-pola hidup manusia yang berbeda antara satu masyarakat dengan masyarakat yang lainnya. Namun, seiring dengan pertumbuhan industri dan kapitalisme membuat budaya menjadi satu komoditi yang dapat diperjual belikan. Industri budaya muncul menjadi suatu hal yang menguntungkan dengan membuat hal-hal yang menarik bagi masyarakat. Munculnya budaya luar ditengah masyarakat pastinya berpengaruh terhadap kebudayaan lokal yang sudah lama tumbuh dan melekat ditengah masyarakat tersebut. Hal ini dapat memicu munculnya asimilasi budaya antara budaya luar dan kebudayaan lokal dan hal ini mengarah kepada asimilasi budaya.

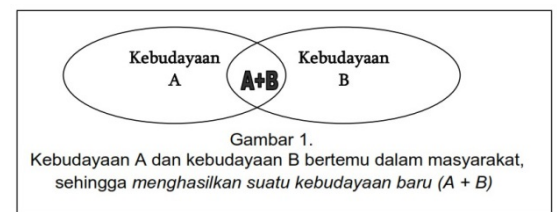
Menurut Horton dan Hunt dalam Firmansyah (2016:1-2), khususnya berkaitan dengan interaksi antar kebudayaan, asimilasi diartikan sebagai proses sosial yang timbul bila ada:

1. kelompok-kelompok manusia yang berbeda kebudayaannya.
2. individu-individu sebagai anggota kelompok itu saling bergaul secara langsung dan

intensif dalam waktu yang relatif lama.

3. kebudayaan-kebudayaan dari kelompok manusia tersebut masing-masing berubah dan saling menyesuaikan diri. kecenderungan asimilasi dapat terjadi jika ada interaksi antarkelompok yang berbeda.

Dalam Konsep Asimilasi sikap dan perilaku yang ditunjukkan mahasiswa yang menyukai budaya k-pop sudah mengarah pada konsep berikut ini :



Penggunaan bahasa Korea dan bahasa Indonesia dalam pergaulan sehari-hari sudah mengarah pada konsep diatas, hal ini menunjukkan suatu kebudayaan baru telah di bentuk dari proses pembauran kedua budaya ini.

Melihat dari sisi tingkatan asimilasi, menurut Gordon (1968) dalam Idi (2009 : 267). Model asimilasi ini memiliki tujuh tingkatan:

Asimilasi budaya atau perilaku (*cultural or behavioral assimilation*);

berhubungan dengan perubahan pola kebudayaan guna menyesuaikan diri dengan kelompok mayoritas

Asimilasi struktural (*structural assimilation*); berkaitan dengan masuknya kelompok minoritas secara besar-besaran ke dalam perkumpulan dan pranata pada tingkat kelompok primer dari golongan mayoritas

Asimilasi perkawinan (*marital assimilation*); berkaitan dengan perkawinan antar-golongan secara besar-besaran

Asimilasi identifikasi (*identificational assimilation*); berkaitan dengan kemajuan rasa kebangsaan secara eksklusif berdasarkan kelompok mayoritas

Asimilasi penerimaan sikap (*attitude receptional assimilation*); menyangkut tidak adanya prasangka (*prejudice*) dari kelompok mayoritas

Asimilasi penerimaan perilaku (*behavior receptional assimilation*); ditandai dengan tidak adanya diskriminasi dari kelompok mayoritas

Asimilasi kewarganegaraan (*civic assimilation*), berkaitan dengan tidak adanya perbenturan atau konflik nilai dan kekuasaan dengan kelompok mayoritas

Mahasiswa yang menyukai budaya K-pop sudah masuk pada tahap Asimilasi budaya atau perilaku (*cultural or behavioral assimilation*); berhubungan dengan perubahan pola kebudayaan. Secara perlahan budaya k-pop sudah mulai mempengaruhi sikap dan perilaku mahasiswa yang mana mereka mulai mengikuti gaya artis korea dan sikap individualistik sama seperti sikap orang korea pada umumnya. Namun setiap orang pasti memiliki sikap dan pandangan yang berbeda tentang budaya populer baru ini dan bukan berasal dari negara sendiri. Budaya tersebut bukan hanya bukan hanya tidak terbiasa bagi orang-orang tertentu tetapi memiliki nilai yang berbeda dengan budaya, tradisi dan kebiasaan yang mereka anut. Seperti yang diungkapkan mahasiswa yang tidak menyukai budaya k-pop. Menurut mereka orang-orang yang terlalu banyak meniru gaya k-pop tidak memiliki jati diri, sehingga apapun yang dipakai oleh artis idolanya pasti

akan selalu diikuti walaupun itu tidak sesuai dengan dirinya.

### **3. Efek Komunikasi**

Setiap bentuk komunikasi pasti ada dampak yang ditimbulkan sasaran komunikasi, hal ini disebut efek komunikasi. Adapun didalam efek komunikasi ini terdapat tiga dimensi efek komunikasi. Menurut Effendy (2006:318), efek dari komunikasi yaitu: kognitif, afektif, konatif. Efek kognitif meliputi peningkatan kesadaran, belajar, dan tambahan pengetahuan. Efek efektif berhubungan dengan emosi, perasaan, dan *attitude* (sikap). Sedangkan efek konatif berhubungan dengan perilaku dan niat untuk melakukan sesuatu. Tidak semua pesan budaya k-pop diterima dengan sama oleh para penggemarnya. Beberapa informan menyatakan bahwa mereka menyukai budaya k-pop tidak serta-merta namun melalui tahap pengenalan terlebih dahulu yaitu dengan mempelajari tentang budaya k-pop ini dan setelah mereka cocok mereka terus mencari informasi tentang budaya ini. Hal ini juga yang menyebabkan adanya perbedaan efek komunikasi yang terjadi dalam komunikasi budaya ini

#### *Efek Kognitif (Cognitive effect)*

Efek kognitif adalah akibat yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya. Mahasiswa Undiknas yang menyukai budaya k-pop sudah mendapatkan informasi tentang budaya k-pop melalui musik, drama, atau makanan sehingga perlahan mereka mulai mendalami apa yang benar-benar mereka sukai.

#### *Efek Afektif (Affective effect)*

Efek ini kadarnya lebih tinggi daripada Efek Kognitif. bukan hanya sekedar memberitahu kepada khalayak agar menjadi tahu tentang sesuatu, tetapi lebih dari itu, setelah mengetahui informasi yang diterimanya, khalayak diharapkan dapat merasakannya. Dalam perubahan sikap (efek Afektif), ada tahap-tahap yang dilalui, adapun tahap tersebut adalah: liking (menyukai), preference (pilihan), conviction (meyakini). Efek afektif yang ditunjukkan oleh beberapa mahasiswa yang menyukai budaya k-pop adalah dengan masuk dalam suatu fandom tertentu hal ini membuktikan bahwa mereka bukan hanya suka tetapi sudah memilih. Lebih daripada itu

memiliki merchandise k-pop juga menunjukkan bahwa mereka sudah meyakini hal-hal dari budaya k-pop tersebut.

#### Efek Konatif (*Behavioral effect*)

Efek behavioral merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan. Efek konatif bersangkutan dengan niat, tekad, upaya, usaha yang cenderung menjadi suatu kegiatan atau tindakan atau kebiasaan berperilaku. Karena berbentuk perilaku maka konatif sering disebut juga efek behavioral. Efek konatif tidak langsung timbul sebagai akibat suatu terpaan melainkan didahului oleh efek kognitif dan atau efek afektif. Mahasiswa yang menyukai k-pop merasa memiliki perubahan dalam dirinya setelah menyukai budaya k-pop diantaranya adalah: termotivasi, lebih terbuka dan memiliki banyak teman. Adapula yang mengatakan bahwa ia menjadi seseorang yang memiliki rasa ingin tau yang tinggi khususnya mengenai budaya k-pop ini melalui internet dan media sosial akibatnya ia menjadi lebih boros dalam pemakaian kuota Internet.

#### 4. Fenomenologi

Fenomena budaya k-pop, yang muncul pada tahun 2000 ini sudah memberikan efek besar bagi kaum muda. Fenomena yang populer disebut dengan istilah *Hallyu* ini menyebarkan kebudayaan populer seperti film, serial TV, musik, fashion dan budaya populer korea lainnya. Jika diamati fenomena ini bukanlah fenomena yang sesaat sebab, hingga saat ini budaya k-pop terus menunjukkan eksistensinya dan sudah memiliki banyak penggemar dengan jumlah yang banyak di berbagai negara. Fenomena budaya k-pop yang terjadi di kalangan mahasiswa Undiknas juga membawa dampak bagi beberapa mahasiswa yang menggemari budaya k-pop dimana mereka lebih banyak mendengarkan musik dan menonton drama Korea, selain itu rasa ingin tahu mereka terhadap budaya ini membuat informasi terhadap artis idola dan informasi lainnya yang mereka sukai menjadi suatu kebutuhan. Beberapa mahasiswa mengungkapkan budaya k-pop membawa mereka dari yang hanya menyukai hingga mereka dapat masuk dalam organisasi penggemar yang di sebut fandom. Ketertarikan ada

budaya k-pop yang terjadi pada beberapa mahasiswa benar-benar disadari dan banyak juga yang mengungkapkan bahwa dalam menyukai budaya k-pop ini mereka tidak pernah dipengaruhi oleh orang lain untuk menyukainya.

Berkembangnya budaya k-pop ini dapat dilihat dari paradigma Fenomenologi, Menurut Sutrisno (2016 :81), pada prinsipnya fenomenologi adalah salah satu bidang filsafat yang memfokuskan diri dan mengeksplorasi pengalaman akan kesadaran manusia. Dalam melihat segala sesuatu, manusia menggunakan sejumlah elemen yang ada dalam dirinya untuk dapat memberikan kepada obyek tertentu apa yang apa yang diindrainya. Namun menurut Husserl dalam Sutrisno (2016:82), sebelum mengetahui sesuatu diluar dirinya, manusia harus terlebih dahulu mempunyai akal atau rasa tentang diri sehingga kita sadar akan apa yang kita persepsikan.

Informan penelitian yang menyukai budaya k-pop mengeksplorasi pengalaman pribadinya dengan secara langsung mendengarkan musik Korea, menonton drama Korea,

mencicipi masakan Korea dan mengikuti gaya Korea. Sehingga para informan menyampaikan hal yang benar-benar dirasakan oleh pengalaman pribadinya, bukan menyampaikan hal yang ia amati sendiri.

Dengan demikian berdasarkan data yang didapat fenomena budaya k-pop yang ada di kalangan mahasiswa Undiknas, dapat dijabarkan sebagai berikut :

Bagi mahasiswa yang menyukai budaya k-pop :

1. Budaya k-pop mampu menarik perhatian mahasiswa dengan musik yang energik, drama yang mampu menyentuh emosi dan gaya yang menjadi inspirasi.
2. Tingkat kepercayaan mahasiswa Undiknas terhadap hal-hal yang disukainya sudah naik ke tingkat selanjutnya dengan masuk kedalam Fandom tertentu
3. Budaya K-pop membawa perubahan dalam diri mereka yang mereka maknai beragam

ada yang positif dan ada yang negatif

Bagi mahasiswa yang tidak menyukai budaya k-pop:

1. Budaya ini tidak sesuai dengan nilai-nilai budaya Bali khususnya, dan budaya bangsa Indonesia pada umumnya
2. Budaya ini membuat kaum muda banyak yang mengikuti budaya k-pop, hingga mereka tidak memiliki jati diri.
3. Jika terlalu banyak membiarkan budaya ini mewabah di Indonesia, perlahan dapat mempengaruhi adat istiadat, norma, dan budaya kita sendiri.

budaya Korea. Hal ini menunjukkan bahwa telah terbentuk komunikasi antar budaya, yang pada dasarnya komunikasi antar budaya merupakan komunikasi yang terjalin antara individu-individu yang berasal dari budaya yang berbeda. Lebih jauh lagi budaya k-pop di Indonesia sudah mengarah kepada asimilasi budaya.

Dari hasil wawancara dan observasi terhadap fenomena budaya k-pop di kalangan mahasiswa undiknas, di dapatkan data bahwa asimilasi budaya memang sudah terasa di tengah kalangan mahasiswa khususnya yang menyukai budaya k-pop, dimana mereka mulai menggunakan bahasa Korea dalam berkomunikasi dengan teman-temannya, selain itu sikap individualis semakin terasa dengan semakin intensnya mahasiswa tersebut memegang *handphone* karena mereka ingin terus mengupdate informasi

tentang artis idola mereka.

Selain membentuk asimilasi, efek komunikasi yang terjadi secara umum masih berada pada efek kognitif yaitu efek informatif saja, yang menunjukkan bahwa mereka

---

## KESIMPULAN DAN SARAN

### 1. Kesimpulan

Melalui gaya, musik, dan drama Korea bukan hanya mampu mencuri hati kaum muda tetapi juga telah mengedukasi mereka tentang adat dan

mengetahui budaya k-pop dan kegemaran mereka pada musik,drama,makan, dan gaya Korea namun terdapat beberapa mahasiswa pula yang sudah menunjukkan efek afektif dan efek konatif konatif dengan masuk kedalam fandom dan perubahan pada diri mereka.

Fenomena yang terjadi dikalangan mahasiswa Undiknas secara umum masih pada tingkat yang aman, dari 28 mahasiswa yang menjadi informan terdapat 10 mahasiswa yang tidak menyukai budaya k-pop, dan 18 mahasiswa yang menyukai budaya k-pop. Mahasiswa yang menyukai budaya k-pop tidak semua terperngaruh terhadap adanya budaya ini mereka hanya sekedar menyukai namun ada juga mahasiwa dalam jumlah yang sedikit, menyampaikan bahwa mereka mengalami perubahan dalam dirinya namun tidak signifikan.

## **2. Saran**

Dari hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan tentang “Analisis Fenomenologi Budaya K-pop

di Kalangan Mahasiswa Undiknas Denpasar” adapun beberapa saran yang ingin disampaikan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Untuk mahasiswa yang menyukai budaya k-pop sebaiknya harus mampu menyaring setiap nilai-nilai dan budaya k-pop yang mereka suka dan dipelajari agar tidak melupakan kebudayaan lokal. Selain itu mahasiswa harus menyadari tugasnya untuk belajar dan menghindari kecanduan akan informasi budaya k-pop yang tanpa disadari dapat menguras waktu belajarnya.
2. Untuk mahasiswa yang tidak menyukai budaya k-pop, tidak semua budaya berdampak buruk bagi orang yang mempelajarinya. K-pop menunjukkan kreatifitas Korea dalam mengemas budaya mereka bisa diambil contoh agar kita juga dapat mengemas budaya Indonesia dengan lebih menarik misalnya melalui film atau sinetron Indonesia, sehingga mampu menarik perhatian dunia untuk berkunjung ke Indonesia dan pastinya meningkatnya

pengunjung ke negara Indonesia dapat meningkatkan devisa negara.

Bangka. Yogyakarta : Tiara Wacana.

#### DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Bungin, Burhan. 2013. Metodologi penelitian Sosial & Ekonomi, Format-format Kuantitatif dan Kualitatif Untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran. Jakarta : Kencana.

Darmastuti, Rini. 2013. Mindfullness dalam Komunikasi Antarbudaya. Yogyakarta : Buku litera.

Daryanto, dan Muijo Rahardjo. 2016. Teori Komunikasi . Yogyakarta : Gava Media

Fiske, John. 2012. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta : Rajagrafindo Persada

Idi, Abdullah. 2009. Asimilasi Cina Melayu di

Kemenlu. 2012. Korea Dulu & Sekarang. Seoul. Layanan Informasi dan Kebudayaan Korea, Kementerian Budaya, Olahraga dan Parawisata. Seoul : Korea

Liliweri, M. 2011. Dasar –Dasar Komunikasi Antar Budaya. Yogyakarta : Pustaka Pelajar

Moleong, Lexi J.2014. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Morissan. 2013. Teori Komunikasi; Individu Hingga Massa, Jakarta : Kencana

Mulyana, dan Jalaluddin Rakhmat. 2010. Komunikasi Antarbudaya; Panduan Berkomunikasi dengan orang-orang berbeda budaya. Bandung : Remaja Rosdakarya

Onong uchjana Effendy. 2006. Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek. Bandung: Penerbit Remaja Rosda Karya.



Ruslan, Rosady. 2013. Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi. Depok : Rajagrafindo Persada

Silalahi, Ulber. 2012. Metode Penelitian Sosial. Bandung : Refika Aditama

Sihabudin, Ahmad. 2013. Komunikasi Antarbudaya ; Suatu Perspektif Multidimensi. Jakarta : Bumi Aksara.

Smith, David Woodruff. 2007. Husserl, London : Routledge.

Sugiyono. 2010, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta.

Jurnal Ilmiah :

Firmansya, Rangga. 2016, Konsep Dasar asimilasi dan Akulturasi

dalam pembelajaran budaya. Jurnal. (Jaringan).

Tersedia :  
<https://www.researchgate.net/publication/311718551> (Diakses 4 oktober 2017).

Hasibiansyah, O. 2008. Pendekatan fenomenologi pengantar praktik sosial dalam ilmu sosial dan komunikasi. Jurnal. (Jaringan)

Tersedia :  
<file:///C:/Users/FUN%20TIME/Downloads/1146-2360-1-PB.pdf> 04/10/2017 (Diakses 4 Oktober 2017)

Internet

2016. Sejarah Undiknas. website. (Jaringan)

Tersedia : [www.undiknas.ac.id](http://www.undiknas.ac.id) (Diakses 1 desember 2017)