

IMITASI BUDAYA HALLYU DALAM ARUS GLOBALISASI DAN MASYARAKAT SIBER: ANALISIS TEORI IMPERIALISME BUDAYA HERBERT SCHILLER

Halla Sayyidah Muflichah S.Sn., M.A¹, Desy Listiana Saputri²

Email hallasayyidah@akrb.ac.id , yydess772@gmail.com

Abstrak

Fenomena Hallyu atau Korean Wave telah menjadi salah satu fenomena budaya global paling berpengaruh di abad ke-21, memengaruhi berbagai aspek kehidupan masyarakat di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Penelitian ini bertujuan menganalisis proses imitasi budaya Hallyu di Indonesia dalam konteks globalisasi dan masyarakat siber, menggunakan kerangka teori imperialisme budaya Herbert Schiller. Metode penelitian yang digunakan adalah studi literatur dan analisis deskriptif-kualitatif terhadap data sekunder yang diperoleh dari jurnal ilmiah, artikel akademik, dan laporan media. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyebaran budaya populer Korea melalui media digital, seperti YouTube, TikTok, Netflix, dan Instagram, memfasilitasi proses imitasi budaya secara masif. Proses ini berdampak positif dalam meningkatkan kreativitas, memperluas wawasan lintas budaya, dan mendorong pertumbuhan industri kreatif; namun juga membawa konsekuensi negatif seperti krisis identitas, konsumerisme berlebihan, dan homogenisasi budaya. Analisis menggunakan teori Schiller menunjukkan bahwa fenomena Hallyu mencerminkan bentuk imperialisme budaya yang bekerja secara halus melalui media global, meskipun berasal dari negara non-Barat. Kajian ini menegaskan pentingnya literasi budaya dan sikap kritis generasi muda untuk memfilter pengaruh budaya asing, serta perlunya penguatan budaya lokal di tengah arus globalisasi.

Kata kunci: Hallyu, imitasi budaya, globalisasi, masyarakat siber, imperialisme budaya.

PENDAHULUAN

Perkembangan arus globalisasi yang semakin pesat telah memperluas ruang interaksi antarbangsa, di mana telah menjadikan pertukaran budaya sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat dunia, termasuk negara Indonesia. Dalam

¹ Akademi Komunikasi Radya Binatama

² Akademi Komunikasi Radya Binatama

konteks ini, salah satu fenomena yang menonjol adalah *Hallyu (Korean Wave)* yang muncul sebagai salah satu bentuk penyebaran budaya populer yang signifikan. Melalui musik, drama, kuliner, fashion, dan kosmetik. Budaya Korea ini telah berhasil menarik perhatian publik global, termasuk generasi muda di Indonesia.

Keberadaan media sosial dan platform digital seperti TikTok, YouTube, Instagram, Netflix, dan WeTV mempercepat penyebaran budaya Korea dan memperluas jangkauannya secara global. Algoritma platform tersebut membuat konten Hallyu mudah diakses dan dikonsumsi secara berulang, sehingga mendorong proses imitasi budaya yang intensif. Generasi muda Indonesia tidak hanya sekedar menjadikan konsumsi hiburan semata, tetapi juga membentuk gaya hidup, tren fesyen, standar kecantikan, bahkan cara berpikir yang dipopulerkan oleh budaya Korea. Kondisi ini menimbulkan proses imitasi budaya (*cultural imitation*), yakni kecenderungan untuk meniru budaya asing secara intens dan masif.

Imitasi budaya yang terus-menerus tanpa disertai dengan sikap kritis dan penyaringan nilai dapat mengarah pada transformasi identitas, di mana generasi muda lebih mengidentifikasi diri mereka dengan budaya asing dari pada budaya lokal. Hal ini menimbulkan kekhawatiran akan krisis identitas, pudarnya kebanggaan terhadap warisan budaya bangsa, dan munculnya standar kecantikan serta gaya hidup yang tidak realistis.

Melihat beragam dampak yang ditimbulkan, fenomena imitasi budaya Hallyu perlu dikaji secara mendalam melalui pendekatan ilmiah dan analisis kritis. Penelitian semacam ini memiliki peran penting dalam membekali masyarakat terutama kalangan muda agar mampu bersikap bijak dan selektif dalam menyerap pengaruh budaya asing. Selain itu, hasil kajian dapat menjadi landasan dalam menyusun kebijakan kebudayaan nasional yang responsif terhadap perubahan global, namun tetap menjaga akar identitas budaya bangsa.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus yang berfokus pada fenomena imitasi budaya Hallyu di Indonesia dalam konteks globalisasi dan masyarakat siber. Studi kasus dipilih karena memungkinkan peneliti untuk melakukan eksplorasi mendalam terhadap fenomena budaya yang kompleks, dinamis, dan kontekstual. Objek studi kasus ini mencakup bentuk-bentuk imitasi budaya, faktor-faktor pendorongnya, serta dampak sosial dan budaya yang muncul di masyarakat Indonesia. Pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur, yaitu pengkajian pustaka dan sumber-sumber literasi yang relevan. Sumber tersebut meliputi jurnal ilmiah, buku akademik, artikel penelitian, laporan media, dan dokumen daring yang memuat pembahasan tentang Hallyu, imitasi budaya, teori imperialisme budaya, serta dinamika masyarakat siber. Data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif melalui tahap reduksi data, pengelompokan berdasarkan tema, dan interpretasi sesuai kerangka teori Herbert Schiller. Validitas data dijaga dengan membandingkan informasi dari berbagai sumber yang kredibel dan mutakhir, sehingga menghasilkan gambaran komprehensif mengenai fenomena yang dikaji. Proses analisis difokuskan pada keterkaitan antara teori dan realitas empiris fenomena Hallyu di Indonesia, sehingga hasil penelitian tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga analitis-kritis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Imperialisme Budaya Hallyu Menurut Herbert Schiller

Herbert I. Schiller (1976) memperkenalkan konsep imperialisme budaya sebagai bentuk dominasi non-militer yang dilakukan oleh negara atau kelompok ekonomi kuat terhadap negara lain melalui penetrasi budaya dan media. Menurutnya, proses ini berlangsung dengan menyebarkan nilai, gaya hidup, dan pandangan dunia dari pusat kekuatan global ke wilayah pinggiran sistem dunia. Dominasi ini bekerja secara halus karena dibungkus dalam bentuk hiburan, informasi, dan produk budaya populer (Schiller, 1976). Media massa menjadi instrumen utama untuk menginternalisasi nilai budaya dominan ke dalam

masyarakat penerima. Schiller menekankan bahwa imperialisme budaya mengakibatkan homogenisasi budaya global, di mana keragaman budaya lokal tergantikan oleh budaya yang seragam (Schiller, 1991). Ketergantungan pada budaya asing membuat masyarakat kurang memproduksi budaya sendiri. Dalam kerangka ini, imperialisme budaya tidak memerlukan kontrol teritorial seperti kolonialisme fisik, melainkan kontrol simbolik. Perkembangan teknologi komunikasi global mempercepat penetrasi budaya tersebut. Fenomena ini sangat relevan untuk menganalisis penyebaran Hallyu di Indonesia, karena pola yang sama terlihat jelas (Hendytami et al., 2023).

Schiller (1991) menegaskan bahwa media global yang dimiliki segelintir korporasi besar memiliki kekuatan membentuk persepsi publik internasional. Produk budaya dari pusat kekuatan ini menguasai pasar global melalui kualitas produksi, promosi masif, dan narasi yang memikat (Schiller, 1976). Media tidak sekadar menyebarkan informasi, melainkan juga mempromosikan ideologi, gaya hidup, dan pola konsumsi yang menguntungkan pihak produsen. Hal ini menciptakan ketergantungan budaya, di mana negara penerima lebih banyak mengimpor produk asing daripada memproduksi konten lokal (Schiller, 1991). Media lokal sering kalah bersaing karena keterbatasan modal, teknologi, dan jaringan distribusi. Dalam konteks Hallyu, media Korea memanfaatkan YouTube, Netflix, dan Spotify untuk penetrasi budaya secara global (Hendytami et al., 2023). Algoritma platform tersebut memperkuat eksposur Hallyu pada pengguna yang sebelumnya sudah tertarik. Akibatnya, masyarakat mengonsumsi budaya Korea secara berulang dan intens. Kondisi ini sejalan dengan pandangan Schiller bahwa media modern menjadi saluran utama imperialisme budaya (Oktariana et al., 2024).

Walaupun fokus Schiller awalnya pada dominasi budaya Barat, prinsip yang ia jelaskan juga berlaku untuk negara non-Barat seperti Korea Selatan melalui mekanisme *soft power* (Nye, 2004). *Soft power* mengandalkan daya tarik budaya, nilai, dan ideologi untuk memengaruhi negara lain tanpa paksaan fisik. Hallyu memanfaatkan estetika visual, narasi emosional, dan inovasi kreatif untuk menarik audiens global (Hendytami et al., 2023). Masyarakat di negara penerima, seperti

Indonesia, secara sukarela mengonsumsi dan meniru budaya Korea. Dalam kerangka Schiller, hal ini tetap merupakan bentuk penetrasi budaya karena menginternalisasi nilai dan gaya hidup tertentu (Schiller, 1976). Budaya Korea diposisikan sebagai simbol modernitas, kesuksesan, dan gaya hidup aspiratif. Proses internalisasi ini mengubah preferensi konsumen dan perilaku sosial (Oktariana et al., 2024). Dominasi ini bukan bersifat koersif, melainkan persuasif. Pola seperti ini sesuai dengan prediksi Schiller bahwa imperialisme budaya dapat beroperasi secara halus namun efektif melalui media (Schiller, 1991).

Salah satu dampak utama imperialisme budaya adalah homogenisasi, di mana budaya lokal tergantikan oleh budaya global yang dominan (Schiller, 1976). Fenomena Hallyu di Indonesia menunjukkan adopsi tren fesyen, standar kecantikan, dan gaya hidup Korea oleh generasi muda (Hendytami et al., 2023). Standar kecantikan seperti kulit putih, tubuh langsing, dan wajah *V-line* menjadi tolok ukur baru. Nilai estetika lokal mulai tergeser oleh nilai impor yang dianggap lebih modern (Oktariana et al., 2024). Schiller menegaskan bahwa kondisi ini memicu krisis identitas, ketika individu lebih mengidentifikasi diri dengan budaya asing. Krisis ini dapat melemahkan rasa kebanggaan terhadap budaya sendiri. Homogenisasi juga mengurangi keragaman budaya dalam jangka panjang. Jika tren ini terus berlanjut, generasi mendatang mungkin kehilangan koneksi emosional dengan warisan budaya lokal. Fenomena ini menjadi bukti relevansi teori Schiller dalam memahami dampak jangka panjang imitasi Hallyu.

Schiller (1991) menyatakan bahwa imperialisme budaya menciptakan ketergantungan ekonomi terhadap pusat produksi budaya. Negara penerima menjadi pasar konsumsi produk asing tanpa memiliki kontrol signifikan terhadap distribusi atau keuntungan. Dalam kasus Hallyu, Indonesia menjadi konsumen besar musik, drama, kosmetik, dan fesyen Korea (Hendytami et al., 2023). Produk-produk ini mengalir melalui media digital, ritel, dan event seperti konser K-pop. Meskipun fenomena ini menginspirasi industri kreatif lokal, ketergantungan pada tren asing membuat pasar domestik rentan terhadap fluktuasi selera global (Oktariana et al., 2024). Schiller melihatnya sebagai dominasi ekonomi yang

dibungkus konsumsi budaya. Keuntungan finansial sebagian besar kembali ke pusat produksi budaya, bukan negara konsumen. Hal ini memperlihatkan hubungan erat antara imperialisme budaya dan kapitalisme global (Schiller, 1976). Dalam konteks ini, Hallyu bukan sekadar fenomena budaya, tetapi juga fenomena ekonomi politik.

Meskipun teori Schiller lahir sebelum era media sosial, konsepnya tetap relevan untuk menjelaskan peran algoritma dalam imperialisme budaya. Platform seperti YouTube, TikTok, dan Netflix memanfaatkan algoritma yang memprioritaskan konten berdasarkan riwayat interaksi pengguna (Oktariana et al., 2024). Sekali pengguna menonton konten Hallyu, algoritma akan terus merekomendasikan konten serupa. Hal ini menciptakan siklus keterpaparan berulang yang memperkuat keterikatan emosional dan perilaku imitasi. Algoritma menjadi perpanjangan tangan imperialisme budaya karena memperluas jangkauan dan intensitas pengaruh budaya dominan. Schiller (1991) menekankan pentingnya kontrol distribusi informasi, yang dalam era digital sebagian besar dikuasai oleh platform global. Kerjasama antara platform teknologi dan industri hiburan Korea memperkuat penetrasi Hallyu di Indonesia (Hendytami et al., 2023). Mekanisme ini menunjukkan bahwa imperialisme budaya kini memiliki dimensi teknologi yang kompleks. Dampaknya bukan hanya kultural, tetapi juga struktural dalam ekosistem media global

Schiller (1976) menyarankan perlunya kesadaran kritis dan kebijakan budaya untuk menahan laju imperialisme budaya. Dalam konteks Hallyu, mitigasi dapat dilakukan melalui pendidikan literasi media dan budaya (Oktariana et al., 2024). Generasi muda perlu dilatih untuk memfilter pengaruh budaya asing secara selektif. Pemerintah dapat mendukung industri kreatif lokal untuk memproduksi konten berkualitas yang mampu bersaing di pasar global. Kolaborasi lintas budaya juga dapat menciptakan bentuk hibridisasi yang mempertahankan identitas lokal (Hendytami et al., 2023). Distribusi konten lokal di platform digital harus diperkuat. Kesadaran kritis mencegah masyarakat menjadi konsumen pasif budaya global. Dengan strategi ini, Hallyu dapat dihadapi secara adaptif tanpa mengorbankan budaya nasional. Prinsip ini sesuai dengan tujuan Schiller untuk membangun

tatanan komunikasi internasional yang adil dan beragam (Schiller, 1991). Fenomena Hallyu di Indonesia menunjukkan urgensi penerapan strategi tersebut.

Strategi Mitigasi Imperialisme Budaya

Strategi mitigasi pertama adalah penguatan literasi media dan budaya di kalangan generasi muda. Literasi media berperan penting untuk membekali individu dengan kemampuan menganalisis, mengevaluasi, dan memfilter konten yang mereka konsumsi (Livingstone, 2004). Melalui literasi ini, masyarakat dapat memahami bahwa media sering kali membawa nilai dan ideologi tertentu yang memengaruhi pola pikir dan perilaku (Potter, 2019). Dalam konteks Hallyu, literasi budaya membantu generasi muda mengenali elemen positif yang dapat diadopsi tanpa kehilangan identitas lokal (Hendytami et al., 2023). Program literasi media bisa dilakukan melalui kurikulum pendidikan formal, pelatihan komunitas, dan kampanye publik di media sosial. Pemerintah dan lembaga pendidikan dapat menggandeng influencer atau tokoh publik untuk menyampaikan pesan literasi ini. Selain itu, media lokal dapat berperan sebagai fasilitator dengan menghadirkan konten edukatif tentang selektivitas konsumsi budaya. Literasi budaya juga dapat menumbuhkan apresiasi terhadap keberagaman budaya lokal, sehingga masyarakat tidak hanya menjadi konsumen budaya asing (UNESCO, 2013). Upaya ini harus dilakukan secara berkelanjutan agar efeknya terasa jangka panjang. Dengan demikian, literasi media dan budaya menjadi benteng pertama dalam menghadapi arus imitasi budaya global seperti Hallyu.

Strategi kedua adalah memperkuat industri kreatif lokal agar mampu bersaing dengan produk budaya asing. Pemerintah dapat memberikan insentif seperti subsidi, pelatihan, dan dukungan infrastruktur untuk memproduksi konten berkualitas tinggi (Howkins, 2013). Produk budaya lokal perlu dikemas dengan inovasi dan nilai estetika yang relevan dengan selera global, tanpa mengorbankan identitas asli. Salah satu langkah efektif adalah mengembangkan kolaborasi lintas budaya antara kreator lokal dan internasional untuk menghasilkan karya hibrida yang unik (Kerrigan & Szmigin, 2016). Dalam konteks Hallyu, kolaborasi ini dapat menciptakan tren baru yang memadukan unsur Korea dengan kekayaan budaya

Indonesia. Keberhasilan industri kreatif lokal juga sangat bergantung pada distribusi yang luas melalui platform digital, seperti YouTube, Netflix, atau TikTok. Oleh karena itu, akses ke jaringan distribusi global menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing (UNCTAD, 2018). Selain distribusi, strategi pemasaran kreatif diperlukan untuk membangun citra merek budaya lokal di mata audiens global. Dukungan media lokal dalam promosi karya kreatif domestik juga tidak kalah penting. Jika strategi ini berjalan baik, maka budaya lokal dapat menjadi alternatif yang kuat di tengah dominasi Hallyu.

Strategi ketiga adalah penerapan kebijakan budaya yang mendukung pelestarian identitas nasional sekaligus adaptif terhadap globalisasi. Pemerintah dapat menetapkan regulasi kuota tayangan yang mewajibkan media menampilkan persentase tertentu konten lokal, sebagaimana diterapkan di beberapa negara untuk melindungi industrinya (Hoskins & McFadyen, 1991). Regulasi ini harus diimbangi dengan peningkatan kualitas produksi agar konten lokal mampu bersaing secara wajar. Selain itu, pemerintah dapat membentuk lembaga khusus yang bertugas mengawasi dan mengatur arus konten digital lintas negara (Flew, 2012). Kebijakan budaya sebaiknya bersifat proaktif, bukan hanya reaktif, sehingga dapat merespons tren global secara cepat. Dalam konteks Hallyu, regulasi ini dapat memastikan bahwa penetrasi budaya asing tidak menghilangkan ruang bagi ekspresi budaya lokal. Dukungan pembiayaan riset kebudayaan juga perlu diberikan untuk mendorong pemahaman akademis terhadap dinamika budaya global (UNESCO, 2013). Pemerintah dan sektor swasta dapat berkolaborasi untuk membangun ekosistem media yang berkelanjutan. Penegakan kebijakan ini harus disertai edukasi publik agar tidak dianggap sebagai bentuk proteksionisme semata. Dengan pendekatan ini, regulasi dapat menjadi instrumen yang menjaga keberagaman budaya sekaligus mendorong inovasi di sektor kreatif.

KESIMPULAN

Fenomena imitasi budaya Hallyu di Indonesia merupakan cerminan dari dinamika globalisasi dan perkembangan masyarakat siber, di mana media digital

menjadi saluran utama dalam mempercepat adopsi budaya asing. Melalui musik, drama, fesyen, kosmetik, hingga gaya hidup, Hallyu telah memengaruhi perilaku, selera, dan identitas generasi muda secara masif. Analisis menggunakan teori imperialisme budaya Herbert Schiller menunjukkan bahwa penyebaran Hallyu memanfaatkan kekuatan media global dan *soft power* untuk menanamkan nilai, estetika, serta standar sosial yang sering kali menggantikan budaya lokal.

Meskipun fenomena ini memberikan dampak positif seperti memperluas wawasan lintas budaya, menginspirasi kreativitas, dan mendorong pertumbuhan industri kreatif, terdapat pula konsekuensi negatif yang tidak dapat diabaikan. Krisis identitas, homogenisasi budaya, konsumerisme berlebihan, dan ketergantungan ekonomi terhadap produk budaya asing menjadi tantangan yang harus diantisipasi. Peran algoritma media sosial memperkuat proses imitasi ini, sehingga penetrasi Hallyu berlangsung secara cepat dan mendalam.

Oleh karena itu, strategi mitigasi menjadi sangat penting untuk menjaga keseimbangan antara keterbukaan terhadap budaya global dan pelestarian identitas lokal. Penguatan literasi media dan budaya, pemberdayaan industri kreatif lokal, serta penerapan kebijakan budaya yang adaptif dapat menjadi langkah strategis untuk menghadapi arus globalisasi budaya. Dengan kesadaran kritis dan dukungan berbagai pihak, masyarakat Indonesia dapat menyikapi fenomena Hallyu secara selektif sehingga mampu mengambil nilai positifnya tanpa kehilangan jati diri budaya bangsa.

DAFTAR PUSTAKA

- Flew, T. (2012). *The Creative Industries: Culture and Policy*. SAGE Publications.
- Hendytami, N., Rijal, N. K., & Prinanda, D. (2023). Homogenisasi Budaya dan Pengaruh Teknologi: Korean Wave Sebagai Budaya Global. *Jurnal Noken: Ilmu-Ilmu Sosial*, 7(2).
- Hoskins, C., & McFadyen, S. (1991). *The US Competitive Advantage in the Global Television Market: Is it Sustainable in the New Broadcasting Environment?* Canadian Journal of Communication, 16(2).
- Howkins, J. (2013). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Penguin UK.
- Kerrigan, F., & Szmigin, I. (2016). *Film Marketing*. Routledge.

- Livingstone, S. (2004). Media Literacy and the Challenge of New Information and Communication Technologies. *The Communication Review*, 7(1), 3–14.
- Potter, W. J. (2019). *Media Literacy*. SAGE Publications.
- UNCTAD. (2018). *Creative Economy Outlook*. United Nations.
- UNESCO. (2013). *Creative Economy Report 2013 Special Edition*. UNESCO Publishing.