

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemunculan budaya populer merupakan hasil dari globalisasi yang berhubungan dengan tantangan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks ini, budaya populer mengedepankan unsur hiburan dan kesenangan (Reeves, 2010). Salah satu contoh budaya populer yang sangat terkenal di Indonesia adalah Korean Wave, atau yang dikenal dengan Hallyu. Istilah Hallyu diperkenalkan pertama kali oleh Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Korea Selatan pada tahun 1999 untuk mendistribusikan musik para artis Korea (K-Pop) ke negara-negara tetangga seperti Jepang dan China. Hallyu berasal dari istilah Han Liu, yang secara harfiah berarti gelombang Korea (Je Seong, Jeon, dan Yuwannto, 2014).

Perkembangan Korean Wave di Indonesia dimulai sejak tahun 2002 setelah diselenggarakannya Piala Dunia di Korea Selatan dan Jepang. Momen tersebut dimanfaatkan oleh stasiun televisi di Indonesia untuk memperkenalkan drama seri asal Korea Selatan, atau K-drama. Trans TV menjadi stasiun televisi pertama yang menayangkan K-drama berjudul *Mother's Sea* pada 26 Maret 2002, diikuti oleh Indosiar yang menayangkan *Endless Love* pada 1 Juli 2002 (Liany, 2013). K-drama ini meraih rating sebesar 10% berdasarkan survei AGB Nielsen Indonesia yang dilaporkan oleh Kompas Online pada 14 Juli 2003. Hal ini menunjukkan bahwa drama seri Korea, atau K-drama, mendapatkan perhatian yang signifikan di Indonesia (Nugroho, 2011). Pada tahun 2011, tercatat sekitar 50

judul drama Korea yang ditayangkan di stasiun TV swasta Indonesia, dan jumlahnya terus meningkat setiap tahunnya (Putri, dkk., 2019).

Eksposur Korean Wave (*Hallyu*) telah mengubah landscape budaya populer secara global. Fenomena ini dimulai dari pengenalan musik K-Pop dan K-drama pada awalnya, tetapi kini telah meluas ke berbagai aspek kehidupan sehari-hari, seperti fashion, kecantikan, kuliner, dan bahasa Korea (Muhaditia, dkk., 2022). Salah satu dampak signifikan Korean Wave di Indonesia adalah budaya minum alkohol menjadi lebih terlihat dan diterima di masyarakat Indonesia.

Jika sebelumnya konsumsi alkohol dianggap tabu bagi sebagian orang, kini minuman beralkohol menjadi semakin populer dan dapat dengan mudah ditemui di berbagai tempat, mulai dari restoran Korea hingga kedai-kedai kopi modern. Tren ini juga menciptakan permintaan yang lebih besar akan berbagai jenis minuman beralkohol Korea, seperti soju dan makgeolli yang kini bisa ditemukan di sebagian besar pusat perbelanjaan di Indonesia (Suhardi, 2011). Dengan demikian, Korean Wave tidak hanya memengaruhi aspek-aspek hiburan semata, tetapi juga membawa perubahan budaya yang signifikan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat terutama dalam jenis minuman beralkohol.

Dalam sebuah survei yang dilakukan di Cirebon, Depok, Malang, Medan, Palembang, dan Yogyakarta mengenai pelarangan penjualan minuman beralkohol, ditemukan bahwa jumlah toko yang menjual alkohol secara legal yang dikenali oleh konsumen menurun sebesar 17,61%. Di sisi lain, terdapat peningkatan sebesar 76,49% dalam jumlah toko yang menjual alkohol ilegal menurut identifikasi konsumen. Selain itu, konsumen juga mempersepsikan bahwa jumlah toko yang menjual alkohol ilegal berkurang sebanyak 6,67% di daerah tanpa

pelarangan, sementara jumlah toko yang menjual alkohol meningkat sebesar 25,38% (Rofi Uddarojat, 2016).

Di Korea Selatan, budaya minum alkohol telah ada sejak zaman kerajaan dan terus dipertahankan hingga kini. Minuman beralkohol dianggap sebagai media perantara antara manusia dengan Tuhan serta antar sesama manusia. Masyarakat Korea menghormati tradisi mengonsumsi alkohol dalam berbagai acara, seperti upacara adat, penyambutan tamu, pernikahan, acara musiman, dan saat makan bersama (Risawati, 2011). Sebagai contoh, dalam setiap cerita drama Korea, seringkali terdapat adegan yang menunjukkan kegiatan minum, seperti mengonsumsi soju atau arak khas Korea. Budaya minum di kalangan orang Korea sangat terkait dengan nilai empati dan kesenangan, serta mencerminkan kebebasan orang Korea yang cenderung ceria dan penuh semangat (Fadilah, 2015).

Di Korea, kebiasaan mengonsumsi alkohol terbentuk karena beberapa faktor. Pertama, alkohol berfungsi untuk mendekatkan orang satu sama lain, bahkan bagi mereka yang pemalu, yang biasanya menjadi lebih terbuka setelah beberapa gelas soju. Minuman beralkohol juga menciptakan suasana yang mendukung pengenalan antara orang-orang yang baru bertemu, serta diyakini dapat memperkuat ikatan persahabatan. Kedua, akses terhadap alkohol sangat mudah, terutama bagi pemilik kartu identitas, karena tidak ada larangan penjualan di minimarket. Ketiga, konsumsi alkohol merupakan bagian dari budaya kerja di Korea, memberikan kesempatan untuk mempererat hubungan antara rekan kerja dan atasan dengan bawahan (Luthfia, 2023).

Berbeda dengan Indonesia, konsumsi minuman beralkohol tidak menjadi bagian dari budaya, seperti di Korea. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, di

antaranya mayoritas masyarakat Indonesia yang beragama Islam, dengan persentase sebesar 86,93%, yang memiliki larangan untuk mengonsumsi alkohol. Selain itu, iklim di Indonesia juga berbeda dengan Korea Selatan; Korea Selatan memiliki iklim subtropis, sedangkan Indonesia beriklim tropis. Perbedaan musim ini memengaruhi budaya konsumsi alkohol, di mana alkohol biasanya diperlukan untuk menghangatkan tubuh saat musim dingin. Meskipun minuman beralkohol tersedia di beberapa tempat, seperti restoran dan bar, konsumsi alkohol di Indonesia cenderung lebih terbatas dan tidak seumum di Korea (Luthfia, 2023).

Di Indonesia, berbagai minuman tradisional seperti tuak, arak, sopi, dan lain-lain sering dikonsumsi oleh masyarakat dengan alasan tradisi atau adat. Keberadaan minuman beralkohol dalam perayaan pesta adat di Indonesia merupakan hasil dari tradisi yang diwariskan oleh leluhur di setiap daerah. Banyak orang percaya bahwa minuman beralkohol memiliki makna sebagai minuman kehormatan (Sartika, 2014). Contohnya, masyarakat Bali menggunakan minuman beralkohol dalam ritual Bhuya Yadnya untuk mengusir roh-roh jahat. Di sisi lain, masyarakat Desa Doko di Kediri juga melaksanakan tradisi yang melibatkan minuman beralkohol. Dalam tradisi ini, minuman tersebut dibawa ke kompleks pemakaman Prabu Anom pada bulan Suro, dan pemberiannya dianggap sebagai bentuk penghormatan kepada para leluhur (Nasrudin, 2017).

Dalam beberapa tahun terakhir, fenomena Korean Wave (*Hallyu*) di Indonesia telah mencapai tingkat popularitas yang sangat tinggi, terutama di kalangan remaja. Data dari Pemerintah Korea (*The Korea Foundation*) menunjukkan bahwa pada tahun 2022, jumlah penggemar *Hallyu* di seluruh dunia mencapai 178 juta orang di 118 negara, dan Indonesia menduduki posisi teratas

dengan jumlah penggemar K-Pop terbanyak pada tahun 2021. Penelitian menunjukkan bahwa antara 1 Juli 2020 dan 30 Juni 2021, ada sekitar 7,5 miliar tweet yang berkaitan dengan K-Pop, meningkat dibandingkan dengan 6,1 miliar tweet pada tahun sebelumnya (Javier, 2021).

Penggemar budaya Korea secara global berasal dari berbagai kelompok usia. Survei dari *Towards Data Science* mengungkapkan bahwa mayoritas penggemar K-Pop, yakni 69,16%, terdiri dari individu berusia 15 hingga 20 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa remaja adalah kelompok usia yang paling banyak menggemari K-Pop, sehingga mereka rentan terhadap pengaruh budaya yang mereka idolakan, termasuk perilaku konsumsi alkohol yang sering muncul dalam media Korea (Geraldi, 2023). Adanya eksposur yang terus-menerus terhadap budaya konsumsi alkohol dalam konteks positif dapat menciptakan persepsi bahwa konsumsi alkohol adalah bagian dari gaya hidup yang diinginkan atau diterima secara sosial.

Remaja sering menghadapi berbagai masalah, termasuk konsumsi alkohol. Di Indonesia, alkohol merupakan zat yang sering dikonsumsi oleh kalangan remaja (Wardah, 2013). Data dari *World Health Organization* (WHO) pada tahun 2011 menunjukkan bahwa 16,47% remaja berusia antara 15 dan 24 tahun mengonsumsi minuman beralkohol, dengan bir sebagai jenis alkohol yang paling umum. Berdasarkan Riset Kesehatan Dasar yang dilakukan oleh Departemen Kesehatan pada tahun 2007, jumlah remaja yang mengonsumsi alkohol di Indonesia tercatat sebesar 4,9%, namun angka ini melonjak menjadi 23% pada tahun 2014 menurut Gerakan Nasional Anti Miras (GeNAM).

Dari data Survei Sosial Ekonomi Nasional yang dirilis oleh BPS pada tahun 2020, terdapat 4,8% dari total populasi Indonesia yang mengonsumsi minuman beralkohol. Sumatera Utara menjadi provinsi dengan rata-rata konsumsi per kapita tertinggi. Rata-rata penduduk di Sumatera Utara menghabiskan 24,5 liter minuman beralkohol per bulan, angka ini hampir dua kali lipat dibandingkan dengan Bali yang mencatat 15,4 liter per bulan.

Motif utama di balik konsumsi alkohol di kalangan remaja sering kali berasal dari identifikasi (*modeling*) terhadap orang lain, seperti keluarga, teman sebaya, atau iklan media. Penelitian Hotton dan Haans (2003) menunjukkan bahwa remaja berusia 12 hingga 15 tahun yang mengonsumsi alkohol biasanya terpengaruh oleh teman-teman sebaya mereka yang juga melakukan hal yang sama. Fenomena ini terjadi karena remaja cenderung menghabiskan banyak waktu bersama teman-teman mereka (Santrock, 2004).

Dalam konteks perkembangan global, Korean Wave (*Hallyu*) telah menciptakan dampak yang signifikan, khususnya di kalangan remaja di Indonesia. Fenomena ini tidak hanya mencakup aspek hiburan, tetapi juga mempengaruhi pola perilaku dan gaya hidup. Salah satu aspek menarik untuk diteliti adalah bagaimana Korean Wave memengaruhi adiksi alkohol pada remaja. Dengan meningkatnya popularitas budaya Korea, ada kekhawatiran bahwa pengenalan budaya konsumsi alkohol yang terbuka dalam drama, *variety show*, dan media lainnya dapat berdampak pada tingkat konsumsi alkohol di kalangan remaja Indonesia.

Penelitian oleh Azmi (2019) menunjukkan bahwa tren Korean Food berdampak pada perilaku konsumsi remaja, yang cenderung memilih produk

berdasarkan tren tanpa mempertimbangkan dimensi spiritual. Sari (2023) menemukan bahwa Korean Wave meningkatkan ketertarikan terhadap produk K-Food di kalangan mahasiswa. Selain itu, Rahmayosa et al. (2022) melaporkan tingginya minat terhadap soju non-alkohol di kalangan penggemar budaya Korea. Hal ini sejalan dengan temuan Kim, Cho, dan Jung (2014) yang mengemukakan bahwa gelombang budaya Korean Wave dapat menumbuhkan rasa simpati, empati, dan citra positif terhadap produk Korea, yang pada akhirnya mendorong minat beli.

Dengan eksposur yang terus menerus terhadap konten-konten Korea, selera remaja dapat mengadopsi dan mengintegrasikan elemen-elemen ini ke dalam kehidupan sehari-hari mereka. Dalam hal ini, minuman beralkohol seringkali dipandang sebagai bagian dari gaya hidup yang diidamkan, terutama ketika ditampilkan dalam konteks sosial yang menyenangkan dan penuh kebersamaan. Hal ini dapat membuka pintu bagi remaja untuk mulai mengonsumsi minuman beralkohol dengan alasan ingin meniru atau mencoba gaya hidup yang mereka lihat. Penelitian oleh Novchi, R. W. (2020) menunjukkan bahwa salah satu remaja penggemar Hallyu membentuk komunitas bernama Pekanbaru Korean Lovers dan mengaku pernah mengonsumsi soju.

Korean Wave tidak hanya berfungsi sebagai sumber hiburan, tetapi juga memperkenalkan pola konsumsi alkohol Korea kepada remaja Indonesia melalui media seperti drama dan *variety show*. Ini dapat memengaruhi perilaku dan gaya hidup mereka, termasuk dalam hal konsumsi alkohol. Dengan semakin populernya fenomena ini, muncul kekhawatiran bahwa eksposur ini dapat meningkatkan risiko adiksi alkohol di kalangan remaja Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini

bertujuan untuk memahami dengan lebih mendalam bagaimana eksposur Korean Wave berkaitan dengan adiksi alkohol pada remaja penggemar K-Pop, sehingga dapat diambil langkah-langkah preventif dan intervensi yang sesuai untuk mengurangi risiko adiksi alkohol di kalangan remaja yang terus terpapar oleh fenomena Korean Wave.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, beberapa permasalahan dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Eksposur Korean Wave mempengaruhi perilaku dan gaya hidup remaja penggemar K-Pop.
2. Budaya konsumsi alkohol mulai merambah dan diterima di kalangan remaja Indonesia.
3. Remaja yang terpapar Korean Wave berpotensi meniru konsumsi alkohol yang mereka lihat.
4. Eksposur Korean Wave berpotensi meningkatkan konsumsi alkohol dan risiko adiksi alkohol pada remaja.

1.3 Batasan Masalah

Pembatasan ruang lingkup penelitian ditetapkan agar fokus penelitian tetap terarah pada pokok permasalahan yang ada, sehingga tujuan penelitian tidak menyimpang dari sasaran yang ditetapkan. Dari sejumlah masalah yang telah diidentifikasi, peneliti memilih untuk fokus pada pengujian pengaruh eksposur Korean Wave terhadap adiksi alkohol di kalangan remaja. Mengingat luasnya populasi penggemar K-Pop di Kota Medan dan keterbatasan waktu serta tenaga

yang dimiliki peneliti, penelitian ini akan dibatasi pada remaja penggemar K-Pop yang tergabung dalam komunitas Zerose di Kota Medan.

1.4 Rumusan Masalah

Dalam melakukan penelitian ini, rumusan masalah yang dikemukakan yaitu:

1. Bagaimana gambaran umum remaja penggemar K-Pop di Kota Medan berdasarkan jenis kelamin, umur, dan periode mulai menyukai K-Pop?
2. Seberapa besar tingkat eksposur *Korean Wave (Hallyu)* pada remaja penggemar K-Pop di Kota Medan?
3. Seberapa besar tingkat adiksi alkohol pada remaja penggemar K-Pop di Kota Medan?
4. Bagaimana pengaruh eksposur *Korean Wave (Hallyu)* terhadap adiksi alkohol pada remaja penggemar K-Pop di Kota Medan?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada di atas, maka tujuan dari penelitian ini dijabarkan sebagai berikut, yaitu:

1. Untuk mengetahui gambaran umum remaja penggemar K-Pop di Kota Medan berdasarkan jenis kelamin, umur, dan periode mulai menyukai K-Pop.
2. Untuk mengetahui seberapa besar tingkat eksposur *Korean Wave (Hallyu)* pada remaja penggemar K-Pop di Kota Medan.
3. Untuk mengetahui seberapa besar tingkat adiksi alkohol pada remaja penggemar K-Pop di Kota Medan.

4. Untuk mengetahui pengaruh eksposur *Korean Wave (Hallyu)* terhadap adiksi alkohol pada remaja penggemar K-Pop di Kota Medan.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat antara lain :

1.6.1 Manfaat teoritis

1.6.1.1 Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan menjadi sumbangsi yang berarti bagi pengembangan keilmuan di bidang bimbingan dan konseling terutama terkait dengan adiksi alkohol.

1.6.1.2 Sebagai referensi tambahan dan sumber acuan untuk penelitian selanjutnya, hal ini bertujuan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dan memajukan dunia pendidikan, khususnya terkait dengan perilaku adiksi dalam bidang Bimbingan dan Konseling

1.6.2 Manfaat praktis

1.6.2.1 Konselor atau guru BK diharapkan dapat memperoleh wawasan tambahan dan memperluas pemahaman mereka untuk mengembangkan program-program pencegahan serta intervensi dalam menangani adiksi khususnya adiksi alkohol pada remaja.

1.6.2.2 Sekolah diharapkan mampu meningkatkan kesadaran dan menerapkan kebijakan yang mendukung kesejahteraan siswa, khususnya dalam pencegahan dan penanganan adiksi alkohol.

1.6.2.3 Bagi peneliti, penelitian ini menjadi sarana untuk memberikan pengalaman dan pengetahuan dalam mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh.