

PENGARUH GLOBALISASI TERHADAP HIBRIDITAS BUDAYA KOREA PADA MASYARAKAT LOKAL THAILAND

Rizki Maulana Firdaus¹, Oktavina Yohana Pottu², Claudia Meilany Panduwal³,
Virginia Fransiska Panjaitan⁴, Olivia Paskalina⁵

^{1,2,3,4,5}Program Studi Hubungan Internasional Universitas Kristen Indonesia
Email Korespondensi: rizkimaulanafirdaus2003@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan guna melihat bagaimana efek silang budaya pada gelombang budaya populer Korea selatan terhadap masyarakat lokal Thailand ini terjadi dan apa dampak yang ditimbulkan dari hal tersebut. Peningkatan jumlah konten budaya Korea dewasa ini sangat massif akibat dari proses globalisasi yang akan menghasilkan ruang baru atau sebuah sistem tersendiri yang dinamakan dengan hibriditas. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif melalui format Document Study dengan menggunakan jenis penulisan deskriptif. Teori dan konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep transkulturasi serta teori hibriditas. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa masuknya gelombang budaya Populer Korea terhadap masyarakat lokal Thailand tidak terlalu menimbulkan efek yang signifikan karena masyarakat Thailand sendiri merupakan masyarakat multikultural yang dinamis dan mampu beradaptasi terhadap hal baru yang masuk kepada lingkungannya. Akan tetapi, tetap saja masuknya budaya populer Korea kepada masyarakat lokal Thailand sendiri menimbulkan berbagai hal negatif dan positif yang dapat mengancam eksistensi budaya lokal Thailand.

Kata kunci : Thailand, Hibriditas, Budaya, Korea, K-pop

ABSTRACT

This study aims to see how the cross-cultural effect of the wave of South Korean popular culture on local Thai people occurs and what impact this has. The increasing amount of Korean cultural content today is very massive as a result of the globalization process which will produce a new space or a separate system called hybridity. This study uses qualitative research methods through the Document Study format using descriptive writing types. The theories and concepts used in this study are the concepts of transculturation and hybridity theory. The results of this study indicate that the influx of Korean popular culture into local Thai society did not have a significant effect because Thai society itself is a dynamic multicultural society and is able to adapt to new things that enter its environment. However, the introduction of Korean popular culture into the local Thai community itself creates negative and positive things that can threaten the existence of local Thai culture.

Keywords : Thailand, Hybridity, Culture, Korea, K-pop

PENDAHULUAN

Masyarakat lokal Thailand dikenal sebagai orang yang santai, ramah, percaya diri, sopan, santai, bijaksana, dan sederhana. Masyarakat Thailand sendiri adalah masyarakat “Multikulturalisme” dalam artian, masyarakat Thailand berdampingan satu dengan yang lain dalam keanekaragaman budaya yang ada (Sampoerna University, 2022). Masyarakat Thailand

terus-menerus beradaptasi dengan kebudayaan baru yang ada yang di akibatkan oleh masuknya pengaruh budaya baru tersebut kedalam masyarakat lokal Thailand melalui perkembangan teknologi dan interaksi sosial (Methichai, 2015).

Selama beberapa tahun terakhir peningkatan jumlah konten budaya korea yang didalamnya termasuk drama televisi, film, musik pop dan selebriti yang terkait telah mendapatkan popularitas besar di Thailand (Rungruengsri, 2019). Perkembangan teknologi informasi yang masif yang ditenggarai akibat adanya globalisasi menjadi faktor utama penyebab besarnya antusiasme publik terhadap budaya Korea di Thailand dewasa ini (Ausavarangsitsang, 2020). Tidak dimungkiri bahwa industri budaya Korea dewasa ini amat sangat berpengaruh.

Budaya Korea mencapai eksistensinya pada tahun 2011, pada saat itu PSY yang merupakan penyanyi asal Korea Selatan merilis lagu yang berjudul *Gangnam Style* dan mencapai 100 juta penayangan di Youtube (Tuk W, 2011). Melalui lagu ini, musik Pop Korea (K-Pop) mulai dikenal dan mendapatkan eksistensinya di kancah internasional. Selain itu, melalui industri film berbagai sektor seperti produk kosmetik, *fashion*, dan makanan juga mendapatkan popularitas. Sehingga budaya Korea Selatan semakin mendunia dan semakin digandrungi oleh kalangan anak muda baik di Thailand, Indonesia maupun negara-negara di Kawasan Eropa dan Amerika Serikat.

Hal ini dapat dilihat dari bagaimana pemerintah Korea memperhatikan dan mendukung industri hiburan mereka (Venna, 2022). Gelombang budaya populer Korea selatan ini merupakan salah satu instrumen diplomasi publik yang digunakan untuk menunjang kepentingan Korea Selatan baik dalam ekonomi maupun politik. Thailand dengan kemajemukan masyarakatnya bukan suatu kendala bagi industri Korea untuk meraih popularitas, terlebih memang masyarakat Thailand terkenal sangat adaptif terhadap perkembangan budaya asing yang dibawa melalui proses globalisasi.

Globalisasi memegang peranan penting masuknya budaya Korea Selatan kedalam masyarakat lokal Thailand. Dari hal inilah nantinya akan terlihat bahwa globalisasi yang membawa gelombang budaya populer Korea selatan terhadap masyarakat lokal Thailand akan menciptakan suatu hibriditas budaya. Hibriditas akan menghasilkan ruang baru atau sebuah sistem tersendiri. *Hybrid* sendiri representasi dari bergabungnya dua bentuk kebudayaan yang saling bertolak belakang yang memunculkan sifat khas (Bhabha, 1994). Proses *mixing* ini akan meniadakan sifat unik yang dimiliki keduanya.

Dari latar belakang singkat tersebut penelitian ini akan menjawab bagaimana efek silang budaya pada gelombang budaya populer Korea selatan terhadap masyarakat lokal Thailand ini terjadi dan apa dampak yang ditimbulkan dari hal tersebut?. Untuk mencapai jawaban atas pertanyaan yang dihadirkan, tulisan ini akan menggunakan konsep transkulturasi serta teori hibriditas sebagai alat penganalisaan. Lalu, akan ditelusuri pula dampak yang dihasilkan dari gelombang budaya populer Korea terhadap masyarakat lokal Thailand melalui kedua konsep dan teori ini.

Landasan Konseptual dan Teoritis

Konsep Transkulturasi

Transkulturasi adalah istilah yang diciptakan oleh seorang antropolog asal Kuba Fernando Ortiz pada tahun 1940 untuk menggambarkan fenomena penggabungan dan pertemuan budaya. Transkulturasi mencakup lebih dari sekadar transisi dari satu budaya ke budaya lain. Transkulturasi tidak hanya terdiri dari alkulturasi atau dekulturasi melainkan penggabungan dari keduanya untuk menciptakan gagasan baru dimana nantinya akan terjadi neokulturasi yang dapat menghasilkan budaya baru (Davies, 2017). Dalam hal gelombang budaya populer Korea sendiri dewasa ini proses Transkulturasi nya dapat dikatakan sangat

masif terutama di kawasan Asia Tenggara dengan dibarengi oleh semakin majunya proses globalisasi. Transkultural secara etimologis dapat diartikan sebagai :

"process of cultural transformation marked by the influx of new culture elements and the loss or alteration of existing ones (Pujiyanti, 2014)."

Melalui konsep Transkulturasi ini dapat diamati bagaimana suatu fenomena persilangan dua budaya yang berbeda melalui proses sosial dapat menimbulkan pengaruh terhadap budaya satu dengan yang lain. Transkulturasi bisa di digunakan untuk menggambarkan kondisi fenomena budaya populer Korea selatan yang terjadi di Thailand dewasa ini. Datangnya pengaruh gelombang budaya populer Korea di Thailand dengan adanya interaksi antar budaya bisa berimbas pada hilangnya wujud asli atau identitas dari masyarakat lokal Thailand itu sendiri. Karena dominasi yang kuat dari budaya populer korea pada masyarakat lokal Thailand akan secara tidak langsung mengubah setiap aspek kehidupan yang ada dan akan terjadi pengaburan budaya.

Teori Hibriditas

Hibriditas dalam hal budaya bisa dimaknai sebagai sebuah gabungan atau integrasi dari berbagai kebudayaan yang berbeda. Proses ini akan melahirkan sebuah konstruksi budaya yang serupa tetapi tidak sama dengan asalnya. Hibriditas sendiri tidak hanya terfokus pada konstruksi budaya gabungan (*cultural mix*) tapi juga fokus pada proses yang menggambarkan bagaimana gabungan budaya ini ditempatkan dalam ruang sosial yang ada (*social placement*). Secara etimologis Menurut Bhabha 1994 hibriditas diartikan sebagai :

"hybridity is a metaphor to describe the joining of two types (forms) which give rise to certain characteristics of each form, while at the same time negating certain characteristics possessed by both (Bhabha, 1994)."

Proses hibriditas ini nantinya akan membentuk suatu *resistance and negotiation* yang baru bagi sekelompok orang dalam hubungan sosial mereka. Resistensi disini dapat dimaknai sebagai fenomena yang bertalian dengan situasi sosial di mana ada aktor yang dirugikan dalam struktur sosial yang ada kemudian melakukan *resistance* terhadap aktor yang merugikannya.

Sedangkan negosiasinya dimaknai sebagai proses saat dua aktor berada dalam perjanjian yang dapat menguntungkan kedua pihak yang berkepentingan. jadi dalam merebaknya budaya populer Korea pada masyarakat lokal Thailand bisa diamati melalui teori ini dengan melihat bagaimana konstruksi budaya yang dibangun dari hal tersebut dan bagaimana nantinya budaya baru yang dibentuk ini ketika ditempatkan pada ruang lingkup sosial masyarakat lokal Thailand itu sendiri.

METODE

Jenis Penelitian

Pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif melalui format *document study*. Penelitian kualitatif ini berisi tentang penjelasan dan pemaparan tentang masalah yang diangkat dalam penelitian. Kemudian peneliti diharuskan memaparkan hasil berupa kesimpulan dari data yang telah terkumpul dan melakukan analisis deskriptif atasnya (Khotari, 2004).

Jenis penelitian kualitatif sendiri 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 efek silang budaya pada gelombang budaya populer Korea selatan terhadap masyarakat lokal Thailand ini terjadi dan apa dampak yang ditimbulkan dari hal tersebut. Maka dari itu peneliti memilih metode ini agar lebih mudah untuk melakukan analisis dan pemaparan data yang ada.

Sumber Data

Sumber data yang peneliti gunakan apabila merujuk pada apa yang di jelaskan oleh Sutopo terdiri dari narasumber, aktivitas, lokasi, benda, gambar, dan rekaman baik visual maupun non-visual, serta dokumen (Sutopo, 2002). Sumber data dalam penelitian ini diantaranya :

1. Media (*website*) pemerintah resmi Korea Selatan (*Korea Creative Content Agency*)
2. Dokumen perjanjian resmi Thailand dan Korea Selatan
3. Media penyiaran nasional Thailand (Thai TV3, GMMTV, GMM25, dan Workpoint TV)
4. Jurnal penelitian terkait
5. Media massa pendukung

Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan dua metode yaitu diantaranya:

1. Observasi

Observasi dilakukan dengan melihat langsung keadaan proses persebaran budaya populer korea di Thailand melalui media penyiaran nasional Thailand yang di akses melalui internet.

2. Dokumentasi

Dokumentasi yang dilakukan diantaranya: pengumpulan dokumen, media, dan gambar yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan berkaitan dengan kondisi persebaran budaya populer korea terhadap masyarakat lokal Thailand.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu teknik analisis data kualitatif. Menurut Miles & Huberman analisis terdiri dari tiga tahapan yang antara lain: reduksi data, penyajian data, kesimpulan dan verifikasi data (Miles & Huberman, 1992). dengan penjabaran sebagai berikut:

1. Reduksi data

Reduksi data sendiri secara struktur berarti meringkas, memilih hal fundamental mencari hal penting dan mencari tema serta pola dalam data yang ada untuk mencapai sebuah kesimpulan.

2. Penyajian data

Penyajian data ialah proses dimana data yang ada dibandingkan dengan satu atau lebih data yang lain secara visual untuk dapat memberikan kesimpulan yang baik.

3. Kesimpulan dan Verifikasi data

Pada proses ini yang merupakan proses terakhir data yang sudah dikumpulkan nantinya akan di uji dan dilihat keabsahannya dan apabila sudah sesuai maka dapat di tarik kesimpulan berupa argumentasi sebagai jawaban atas permasalahan yang semula dirumuskan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi soft power Korea melalui gelombang budaya populer Korea di Thailand

Budaya menjadi strategi Soft Power Korea yang paling kuat dewasa ini. Melalui gelombang budaya populer Korea atau *Hallyu* yang berkembang setelah Korea menjadi lebih demokratis dan kebijakan sensor dicabut (Lee, 2013). Budaya populer Korea mulai mendapatkan popularitas di luar negeri pada akhir 1990-an, termasuk di Thailand. Tujuan pemerintah Korea berfokus pada promosi budaya populer Korea di luar negeri karena alasan ingin menghasilkan lebih banyak pendapatan bagi negaranya setelah krisis keuangan Asia.

Promosi ini berhasil dilakukan karena adanya proses globalisasi yang menjadikan masuknya budaya populer Korea terhadap masyarakat global terutama Thailand menjadi semakin mudah. Melalui serial televisi dan drama serta musik budaya Korea dapat dikenal dan menjadi tren di Thailand. Drama Korea adalah sumber daya penting untuk *soft power* Korea dewasa ini dengan dilatarbelakangi banyaknya peminat terutama generasi muda di negara-negara Asia Tenggara bahkan Eropa dan Amerika.

Melalui industri musik populer Korea atau biasa disebut K-Pop Korea juga berhasil menjalankan *soft power*nya. Industri musik Korea mengalami titik balik besar di awal 1990-an ketika band Korea mengalihkan perhatiannya ke berbagai genre musik dari barat, seperti rap, rock, hip-hop, dan techno (Jung, 2009). Pada 14 Februari tahun 1995, Lee Soo Man membuka era baru industri musik Korea dengan mendirikan perusahaan SM Entertainment yang merupakan perusahaan hiburan terbesar di Korea yang memiliki kebijakan untuk menciptakan artis berkualitas tinggi (Andryanto, 2022). Proses *recruitment SM entertainment* juga kadang memilih artis asing dari negara-negara yang populer dalam budaya Korea seperti Amerika Serikat, Kanada, China, Jepang, dan Thailand untuk mencari calon artis di agensi mereka.

Salah satu contoh adalah Nichkhun Horvejkul (ณิชคุณ หรวะชกุล) yaitu anggota boy group 2PM asal Thailand yang di rekrut oleh agensi Korea untuk berkarya di industri musik mereka (Chongkittavorn, 2019). Hal ini secara tidak langsung mampu menarik minat generasi muda Thailand terhadap musik dan budaya Korea dan produk Korea juga mendapatkan pengakuan dari konsumen Thailand. Secara langsung dapat dilihat bahwa strategi *soft power* dengan memanfaatkan budaya populer Korea ini sangat berdampak pada perkembangan dan stabilitas ekonomi Korea Selatan. Keuntungan secara finansial bagi Korea Selatan dilakukan tidak serta merta hanya melalui ekspor produk budaya saja tapi juga melalui pendayagunaan kepopuleran budaya populer Korea di negara-negara lain sebagai penarik antusiasme masyarakat dan alat publisitas pariwisata serta produk-produk komersial lain yang menguntungkan dan bernilai ekonomi (Suryani, 2014).

Kesuksesan gelombang budaya populer Korea atau *Hallyu* sebagai *soft power* ini tidak terjadi dalam waktu singkat. Tapi itu adalah upaya yang sudah dipikirkan matang-matang dari pemerintah sejak awal. Dan telah mendapat dukungan dari industri, investor dan masyarakat. Pemerintah Korea melalui *Korea Creative Content Agency* (KOCCA) dibawah otoritas kementerian kebudayaan, pariwisata, dan olahraga mendukung penuh upaya penyebaran gelombang budaya populer Korea secara internasional melalui berbagai macam strategi. Selain *Korea Creative Content Agency* (KOCCA), melalui NIIED (*National Institute for Internasional Education*) selaku lembaga pengelola beasiswa untuk mahasiswa internasional yang merupakan lembaga eksekutif dibawah Kementerian Pendidikan Korea Selatan (KBRI Seoul, 2021) dengan program beasiswa GKS (*Global Korea Scholarsip*). Upaya-upaya tersebut, direalisasikan melalui program-program berikut ini:

1. Pemberian beasiswa

Beasiswa ini diberikan kepada generasi muda Korea yang berkiprah sebagai artis dan juga seniman untuk dapat bisa menempuh pendidikan di benua Amerika dan Eropa, dengan harapan industri musik Korea dapat tumbuh mengikuti selera pasar musik global (Yudhantara, 2013). Selain kepada generasi muda Korea, Pemerintah Korea Selatan juga memberikan kesempatan kepada warga negara asing untuk berkuliah di Korea dengan program beasiswa. Program ini dikenal dengan nama GKS atau *Global Korea Scholarsip*, melalui program ini Pemerintah Korea memberikan beasiswa kepada mahasiswa internasional untuk melanjutkan pendidikan di Universitas-universitas terbaik di Korea Selatan, baik untuk jenjang S1 maupun sampai S3 di negeri ginseng.

Dapat dilihat program beasiswa yang diberikan oleh Pemerintah Korea Selatan kepada generasi muda di Korea Selatan maupun mahasiswa internasional dari berbagai negara di dunia, termasuk negara-negara di Asia Tenggara dalam hal ini Indonesia, Filipina, Singapura maupun Thailand merupakan sebuah program yang dirancang untuk menyebarkan budaya Korea Selatan secara tidak langsung. Dengan adanya program beasiswa, tentu saja akan adanya pertukaran budaya dan pengadopsian budaya baru yang akan dilakukan oleh mahasiswa penerima beasiswa di negara pemberi beasiswa, dalam hal ini mahasiswa internasional di Korea Selatan dan mahasiswa dari Korea Selatan yang mendapatkan beasiswa ke Eropa maupun Amerika Serikat.

Budaya ini tentu saja tidak akan berakhir pada mahasiswa internasional yang menerima beasiswa, melainkan orang-orang di sekitar mahasiswa penerima beasiswa. Apalagi pada saat ini banyak mahasiswa internasional yang memiliki pekerjaan sampingan sebagai *Youtubers*, *Influencer* atau *TikTokers*. Sebagai contohnya, seorang *Youtubers* sekaligus *Influencer* asal Indonesia yang bernama Bianca Kartika. Bianca mendapatkan beasiswa GKS dari Pemerintah Korea Selatan untuk melanjutkan S2 dan Bianca sering membagikan kegiatan kesehariannya di Youtubenya (liputan6.com, 2022). Di era globalisasi saat ini, semua informasi tidak lagi terbatas melainkan mudah diakses dan transparan. Sehingga melalui mahasiswa penerima beasiswa ini, tentu saja budaya Korea Selatan atau Hallyu dapat berkembang dengan cepat melalui teknologi informasi yang semakin canggih.

2. Suntikan dana

Pemberian dana anggaran ini dikhususkan bagi Kementerian Kebudayaan untuk dapat mengembangkan industri musik Korea melalui persebaran budaya populer Korea secara Internasional dengan berbagai kampanye dan juga promosi yang terus digencarkan (KOCCA, 2022). Seperti halnya sokongan pemerintah terhadap perusahaan *SM entertainment*, yang mana dari hal tersebut *SM entertainment* dituntut untuk dapat bisa menciptakan sebuah karya yang baik dan dapat menunjang proses internasionalisasi budaya populer Korea Selatan melalui industri hiburan Korea Selatan saat ini.

Dengan direalisasikan melalui kerjasama *SM entertainment* bersama otoritas Thailand dalam mendirikan cabang luar negeri bersamanya di Thailand. *SM entertainment* bergabung dengan jaringan media terbesar di Thailand, *True Visions Group*, untuk membentuk *SM True* (secara resmi dikenal sebagai *SM True Co., Ltd*) (Melkimx, 2011). Sebagai bentuk kolaborasi *SM True* nantinya akan digunakan untuk distribusi album, perencanaan konser, dan kegiatan promosi di Thailand. *SM True* ini juga nantinya akan menjadi agensi manajemen untuk menemukan dan melatih artis yang akan datang di Thailand (Bangkok Post, 2022).

Kedua strategi tersebut membawa kesuksesan terhadap industri musik pop Korea pada pasar musik Internasional. Dari hal ini juga nantinya membawa pengaruh tersendiri pada sektor kebudayaan di Korea Selatan karena dengan peranan globalisasi industri musik Korea dan budayanya dapat menjadi kiblat bagi para seniman dan menjadikan industri musik pop Korea sebagai referensi musik mereka (Ingyu, 2013)

Pengaruh gelombang budaya populer Korea terhadap eksistensi Identitas Budaya lokal Thailand dalam Fashion, Musik, Kuliner dan Linguistik

Gelombang populer budaya Korea dengan mudahnya mengalir masuk ke dalam suatu masyarakat lokal, dengan melalui industri perfilmannya yang semakin terkemuka dan menarik banyak peminat (Sanook, 2017). Lalu diperkuat dengan serial drama maupun bidang musiknya yang semakin terkenal di seluruh dunia, mengakibatkannya masyarakat lokal mulai mengadopsi budaya Korea perlahan-lahan, mulai dari mencoba menggunakan bahasa Korea dalam kegiatan sehari-hari, mencoba makanan ataupun kuliner asli negeri ginseng ini, selanjutnya menggunakan produk-produk kecantikan asal Korea Selatan yang mereka lihat dari drama maupun yang digunakan oleh idolanya. Bahkan dengan gelombang budaya ini, Korea Selatan mampu menarik banyak wisatawan asing ke negaranya. Thailand sebagai negara yang Multikulturalisme pun tidak terlepas dari pengaruh gelombang budaya Korea.

Pasar hiburan Thailand dewasa ini dengan ditenggarai merebaknya budaya populer Korea di Thailand menjadikan pasar hiburan Thailand sangat dipengaruhi oleh tren Korea. Industri hiburan Thailand yang mencoba untuk lebih beradaptasi dengan gaya Korea melalui *imitation and adaptation* menghasilkan popularitas gelombang Korea yang semakin meningkat di Thailand (Suwannapisit, 2008). Masyarakat Thailand dewasa ini banyak mengadopsi budaya asing yang disebabkan oleh kemajuan teknologi dan dorongan pengaruh globalisasi yang memainkan peran penting dalam membuat aliran budaya lebih mudah dan lebih cepat

Hal ini tentunya berpengaruh terhadap gaya hidup dan kebiasaan masyarakat lokal Thailand. Melalui konsep transkulturasi dapat diamati bagaimana suatu fenomena persilangan dua budaya yang berbeda melalui proses sosial dapat menimbulkan pengaruh terhadap budaya satu dengan yang lain. Pengaruh gelombang budaya populer Korea di Thailand juga menimbulkan pengaruh terhadap kebudayaan lokal yang ada dan telah eksis sebelumnya. Integrasi budaya yang terjadi ini apabila di lihat melalui teori hibriditas akan menciptakan sebuah budaya yang serupa namun tidak sama. Berikut adalah beberapa pengaruh gelombang budaya populer Korea terhadap masyarakat lokal Thailand melalui berbagai lini kehidupan:

1. Fashion

Dalam cara berpakaian kalangan muda Thailand dewasa ini mengarahkan kiblat *fashion* mereka ke *Korean style*. Dimana warna cerah dan pastel menjadi ciri khas gaya berpakaian mereka, di *chatuchak night market* pasar yang menjual berbagai produk mulai dari makanan hingga pakaian di Thailand ini menjadi salah satu bagian dalam pengaruh gelombang budaya Korea. Di *Chatuchak night market* dapat ditemukan berbagai jenis pakaian *import* Korea dengan *style* yang trendi yang di gandrungi oleh kalangan muda Thailand.

Selain dengan gaya berbusana, kalangan muda Thailand juga mulai terinspirasi dengan *make up Korean Look* (Sanook, 2017). Hal ini tidak dimungkiri kalangan muda Thailand tentu saja terinspirasi dari riasan idola mereka, *make up korean look* atau riasan Korea terkesan lebih alami dan ringan. Sehingga hal tersebut menjadi salah satu daya tarik dari *make up korean look*. Brand *make up* asal Korea Selatan yang meraih popularitas di Thailand, contohnya adalah Kosmetik Sulwhasoo.

Tidak hanya sampai pada cara berpakaian dan cara merias wajah, pengaruh gelombang budaya populer Korea di Thailand juga mempengaruhi potongan gaya

rambut anak muda Thailand. Hal ini dapat terlihat juga dengan adanya Salon yang gaya rambutnya terinspirasi dari Korea Selatan, untuk gaya rambut Korea Selatan yang populer di Thailand misalnya: *Two Block*, *Curtain Haircut*, *Shadow Perm* dan *Quiff Haircut*.

2. Musik

Dalam selera musik, kalangan muda Thailand lebih cenderung suka mendengarkan *Korean pop* (K-Pop) ketimbang musik Thailand. Sebelum masuknya budaya populer Korea ke Thailand, gaya musik atau genre yang ada di Thailand di dominasi oleh musik pop Thai dan lagu-lagu Luk thung (ลูกทุ่ง). Lagu-lagu Thailand pada umumnya memuat lirik yang puitis dan menggambarkan gaya hidup lokal, kebudayaan maupun pola hidup sosial di Thailand (Stekom, 2022). Sedangkan dengan adanya gelombang budaya Korea, musik Thailand cenderung mengalami perubahan pada lirik lagu yang lebih menggambarkan suasana romantis. Dan dikemas dalam bentuk yang modern dan lebih *charming*. Salah satu *Boy group* musik Thailand yang memiliki konsep bernuansa Korea adalah *New Country*, dengan lagunya yang berjudul *stand by* หรือ.

3. Kuliner

Kuliner atau makanan khas Korea eksistensinya tidak diragukan lagi. Saat ini ada banyak restoran Korea yang dibuka di Thailand, baik pemilik restorannya yang merupakan orang Korea asli atau orang Thailand yang membawa juru masak asal Korea (Sanook, 2017). Kuliner asal negeri ginseng ini, telah menjamur di berbagai pelosok Thailand dan tumbuh secara signifikan, salah satu contoh restoran Korea yang berada di Thailand yaitu *Sookdal Korean BBQ* (숙달). Hal ini dilatarbelakangi oleh kuliner Korea yang terekspos melalui industri perfilman dan menjadi hidangan populer di kalangan masyarakat Thailand.

Dalam kuliner atau makanan, generasi muda Thailand lebih menggandrungi *Korean barbeque* dibandingkan dengan *Moo KraTha* (หมูกระทะ) atau babi panggang *barbeque* ala Thailand dan makanan penutupnya yaitu *bingsu* (빙수). Berbagai kuliner asal Korea yang mendapatkan popularitas di masyarakat Thailand antara lain: *Kimchi* (김치), *Kimbap* (김밥), *Tteokbokki* (떡볶이), *Samyang* (삼양), *Korean barbeque* dan lainnya. Produk *import* Korea juga mengalami penjualan yang tinggi yang diakibatkan oleh antusiasme masyarakat lokal Thailand terhadap produk dari Korea Selatan itu sendiri.

4. Linguistik

Dalam segi linguistik, bahasa Korea telah secara langsung masuk kedalam sistem pendidikan di Thailand melalui program kerjasama Universitas Chulalongkorn dan departemen pendidikan Korea selatan dalam pengembangan program bahasa Korea bagi mahasiswa Thailand. Melalui situs resmi Universitas Chulalongkorn prof. Supaporn Boonrung dan Ministry of Education Republic of Korea melakukan upaya penerbitan buku pelajaran bahasa Korea (Chulalongkorn University, 2018).

Bahasa Korea menjadi bahasa kedua yang populer untuk di pelajari oleh pelajar di Thailand setelah bahasa China. Menurut pengumuman resmi pada 29 April 2022 dari Pusat Studi Korea di Thailand (direktur Kim Young-jin) sebanyak 7.470 pelajar mendaftarkan dirinya untuk masuk dalam program bahasa korea (Ministry of Foreign Affairs, 2022). Saat ini ada sekitar 175 sekolah menengah di Thailand yang mengajarkan bahasa Korea dengan jumlah pelajar yang belajar bahasa Korea adalah sebanyak 46.446 orang (ThaiPR, 2022). Beberapa contoh lembaga pendidikan

Thailand yang menyediakan program bahasa Korea adalah Universitas Silpakorn (มหาวิทยาลัยศิลปากร), Universitas Chulalongkorn (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย), Rayongwittayakom School (โรงเรียนระยองวิทยาคม) , Sara Wittaya School (โรงเรียนสารวิทยา), dan masih banyak lagi.

Dari pengaruh masuknya budaya populer Korea terhadap fashion, musik, kuliner, dan linguistik tersebut menimbulkan berbagai dampak, baik positif maupun negatif. Salah satu dampak positif yang bisa dilihat adalah semakin erat hubungan Thailand dan Korea Selatan, yang tentunya menjadi faktor penunjang pertumbuhan ekonomi kedua negara melalui berbagai investasi. Dan menghasilkan devisa bagi Thailand dari masuknya investor dan pelancong dari Korea yang hendak membuka peluang mereka di Thailand. Selain itu dengan banyaknya lembaga pendidikan di Thailand yang mengajarkan bahasa Korea kepada muridnya, menjadi nilai tambah dimana hal tersebut nantinya dapat menjadi skill tambahan berbahasa asing dan juga bisa menjadi peluang mereka untuk dapat bekerja di Korea dengan kemampuan bahasa yang mereka miliki ini.

Namun tidak dapat dimungkiri efek negatif dari masuknya budaya populer Korea terhadap masyarakat lokal di Thailand juga ada. Hal ini berdampak pada konsumerisme pasar yang semakin menggandrungi produk Korea dibanding dengan Produk lokal. Masuknya budaya populer Korea akan menghasilkan neokulturasi atau terbentuknya budaya baru yang berbeda dengan budaya lokal Thailand yang tentunya menjadi ancaman yang serius bagi eksistensi budaya asli Thailand dewasa ini.

Dengan demikian, dapat dilihat bahwa pengaruh gelombang budaya Populer Korea terhadap eksistensi Identitas budaya lokal Thailand dalam kehidupan masyarakat Thailand tentu saja menimbulkan perubahan. Dimana kalangan muda Thailand yang nantinya akan menjadi generasi penerus, lebih mengetahui dan mengadopsi budaya populer Korea dibanding budaya lokal Thailand. Hal tersebut terjadi karena adanya proses globalisasi yang mengakibatkan tidak adanya batasan antar negara, sehingga budaya lokal Thailand dan budaya populer Korea bertransformasi melalui proses kulturasi dan menciptakan budaya baru.

Tetapi perlu diingat bahwasanya persebaran budaya bersifat dinamis, sebelum adanya gelombang budaya Korea. Masyarakat lokal Thailand juga telah hidup berdampingan dengan budaya asing dan terjadi proses hibridisasi budaya yang melalui serangkaian integrasi budaya asing yang ada dan masuk ke Thailand, sehingga adanya budaya populer Korea di Thailand tentu saja tidak membawa banyak perubahan sebab masyarakat Thailand dari dulu merupakan masyarakat neokulturalisme dan sangat dinamis serta mampu beradaptasi terhadap budaya baru yang masuk.

KESIMPULAN

Persilangan budaya melalui gelombang budaya populer Korea dalam skema globalisasi menimbulkan efek yang cukup signifikan terhadap pola hidup masyarakat Thailand. Hal ini berpengaruh terhadap berbagai lini kehidupan masyarakat Thailand termasuk dari cara berpakaian, cara merias wajah, gaya rambut, selera musik, sampai kepada faktor linguistik mendapat pengaruh dari masuknya budaya populer Korea ini. Selain itu, efek lain yang ditimbulkan akibat dari gelombang budaya populer Korea ialah muncul konsumerisme pasar yang semakin menggandrungi produk Korea dibanding dengan produk-produk lokal dan menjadi dampak yang buruk bagi masyarakat lokal Thailand. Melalui sudut pandang teori hibriditas dan konsep transkulturasi dapat disimpulkan, bahwa ketika dua kebudayaan yang berbeda saling terintegrasi akan menimbulkan budaya baru yang berbeda dengan budaya asli

yang merupakan konsekuensi daripada masuknya budaya populer Korea terhadap masyarakat lokal Thailand yang merupakan masyarakat neokulturalisme.

SARAN

Di era globalisasi saat ini pertukaran budaya dan pengadopsian budaya sangat mudah terjadi. Oleh sebab itu, sebagai generasi muda tentu saja harus dapat berpikir kritis dan mampu mengimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari. Jika suatu budaya asing memiliki dampak positif, tidak ada salahnya untuk menerapkan dalam kehidupan sehari-hari. Tetapi jika budaya tersebut memberikan pengaruh negatif, sebagai generasi muda sudah seharusnya tidak menerapkan budaya luar tersebut. Selain itu kita boleh saja hidup berdampingan dengan budaya asing yang masuk ke dalam, namun tetap ingat dengan budaya sendiri. Sebagai generasi muda sudah seharusnya kita melestarikan dan memperkenalkan budaya kita kepada khalayak umum. Dan yang terpenting adalah nilai dan manfaat dari budaya luar tersebut, apakah kita dapat diterapkan untuk negara kita.

DAFTAR PUSTAKA

- Bhabha H. (1994). Cultural Hybridity: Homi Bhabha's 'The Location of Culture'. Retrieved 13 Jan 2023 from https://www.academia.edu/10612310/Cultural_Hybridity_Homi_Bhabhas_The_Location_of_Culture_1994
- Miles & Huberman. (1992). Qualitative data analysis. 13 Jan 2023 from <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=298242>
- Pujiyanti U. (2014). Cross Cultural Understanding: A Handbook To Understand Others' Cultures. Retrieved 13 Jan 2023 from https://www.academia.edu/24720524/CROSS_CULTURAL_UNDERSTANDING_A_HANDBOOK_TO_UNDERSTAND_OTHERS_CULTURES
- Sutopo H. (2002). Metodologi Penelitian Kualitatif, Dasar Teori dan Terapannya dalam Penelitian. Retrieved 13 Jan 2023 from <http://siper.mmtc.ac.id/index.php/buku/Buku/detail/361>
- Ausavarangsitsang A. (2020). การก่อตัวของวัฒนธรรม กระแสเคป๊อปและสินค้าวัฒนธรรม ในฐานะอาวุธทางการเมือง. Retrieved 13 Jan 2023 from <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/citujournal/article/download/250863/169575/896829>
- Davies C. (2017). Fernando Ortiz's Transculturation: the Postcolonial Intellectual and the Politics of Cultural Representation. Retrieved 13 Jan 2023 from <https://www.cambridge.org/core/books/abs/postcolonial-perspectives-on-latin-american-and-lusophone-cultures/fernando-ortizs-transculturation-the-postcolonial-intellectual-and-the-politics-of-cultural-representation/19FC06A1FC8192D119E23771349CB2E0>
- Ingyu O (2014). K-pop in Korea: How the Pop Music Industry Is Changing a. Cross-Currents: East Asian History and Culture Review. Retrieved 10 Jan 2023 from <https://cross-currents.berkeley.edu/e-journal/issue-9/oh-and-lee>
- Jung E. (2009). Transnational Korea: A critical assessment of the Korean Wave in Asia and the United States. Retrieved 8 Jan 2023 from <https://www.semanticscholar.org/paper/Transnational-Korea%3A-A-Critical-Assessment-of-the-Jung/2f9526af41d23fd28bd7bf8c22be8bab2ae2e2a1>
- Lee H. (2013). Cultural policy and the Korean Wave: From national culture to transnational consumerism. Retrieved 13 Jan 2023 from

- <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781315859064-15/cultural-policy-korean-wave-hye-kyung-lee>
- Rungruengsri C. (2019). กระแสการขึ้นชอปปินเคป๊อป (K-POP) เกาหลีในประเทศไทย. Retrieved 13 Jan 2023 from <http://hs.ssru.ac.th/useruploads/files/20190319/294fbab6b6dfff77be0613249c3cc9c2d98127f4.pdf>
- Suryani N. (2014). Korean Wave Sebagai Instrumen Soft Power Untuk Memperoleh Keuntungan Ekonomi. Retrieved 13 Jan 2023 from https://www.researchgate.net/publication/319934993_Korean_Wave_sebagai_Instrumen_Soft_Power_untuk_Memperoleh_Keuntungan_Ekonomi_Korea_Selatan
- Venna T. (2022). Dinamika K-Pop sebagai Instrumen Diplomasi Publik Korea Selatan. Retrieved 13 Jan 2023 from <https://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/sldrts/article/view/7248/4582>
- Yudhantara R. (2013). Korean Wave (Hallyu) sebagai soft diplomacy Korea Selatan. Retrieved 13 Jan 2023 from <http://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/55288>
- Tuk, W. (2012). The Korean Wave: Who are behind the success of Korean popular culture? (Doctoral dissertation, Leiden University). Retrieved 22 Jan 2023 from <https://studenttheses.universiteitleiden.nl/handle/1887/20142>
- Bangkok Post. (2022). SM Entertainment seeking new K-pop talent in Thailand. Retrieved 1 Jan 2023 from <https://www.bangkokpost.com/life/social-and-lifestyle/2260599/sm-entertainment-seeking-new-k-pop-talent-in-thailandA>
- Chongkittavorn K. (2019). Thailand's going bananas for Korea. Retrieved 12 Jan 2023 from <https://www.bangkokpost.com/opinion/opinion/1751834/thailands-going-bananas-for-korea>
- Chulalongkorn University. (2018). Research And Innovation For Society. Retrieved 18 Jan 2023 from <https://www.research.chula.ac.th/researcher-/supaporn-boonrung/>
- KOCCA. (2022). Enriching Lives with Creative Contents. Retrieved 13 Jan 2023 from <http://eng.kocca.kr/en/main.do>
- Melkimx. (2011). SM Entertainment Establishes Joint Overseas Branch in Thailand. Retrieved 13 Jan 2023 from <https://www.soompi.com/article/365770wpp/sm-entertainment-establishes-joint-overseas-branch-in-thailand>
- Methichai A. (2015). การเข้ามาของวัฒนธรรมเกาหลีในไทย. Retrieved 3 Jan 2023 from <https://www.haikudeck.com/untitled-hd-presentation-CRUq75ZLr9>
- Ministry of Foreign Affairs. (2022). ศูนย์การศึกษาเกาหลีประจำประเทศไทย จัดการแข่งขัน '2022 Korean Speech Contest' ในวันที่ 20 สิงหาคม ณ โรงแรม The Landmark Bangkok. retrieved 14 Jan 2023 from https://overseas.mofa.go.kr/th-th/brd/m_3132/view.do?seq=760371
- Sampoerna University. (2022). Mengenal Multikulturalisme: Pengertian, Teori dan Karakteristik. Retrieved 7 Jan 2023 from <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/mengenal-multikulturalisme-pengertian-teori-dan-karakteristik/>
- ThaiPR (2022). ความชื่นชอบภาษาเกาหลีในประเทศไทย ซึ่งมีนักเรียนภาษาเกาหลีจำนวนมากที่สุดและเพิ่มขึ้นมาเรื่อยๆ. retrieved 14 Jan 2023 from <https://www.ryt9.com/s/prg/3319257>