



Pengaruh Globalisasi Media Dan Penyerapan Budaya Korea Dikalangan Remaja Kota Makassar

The Influence of Media Globalization and Korean Culture Absorption Among Youth in Makassar City

Nur Fadillah, Andi Muh. Nur Syaiqul Arsyi, Ibrahim Arifin, M. Ridwan Said Ahmad

Universitas Negeri Makassar, Indonesia

Email: nurfadillahdilla3217@gmail.com, syaiqularsyiii@gmail.com, ibrahim@unm.ac.id,
m.ridwan.said.ahmad@unm.ac.id

*Correspondence: Nur Fadillah

DOI:

10.59141/comserva.v3i1.764

ABSTRAK

Di negara-negara berkembang seperti Indonesia dampak globalisasi telah memberikan dampak yang luar biasa, terutama efek dalam hal budaya. Kota Makassar atau biasa juga disebut (Macassar, Mangkasar, atau Ujung pandang (1971-1999)) merupakan salah satu kota metropolitan dan juga sebagai ibu kota provinsi Sulawesi Selatan. Kota Makassar ini merupakan kota terbesar di kawasan Timur Indonesia dan terbesar keempat di Indonesia. Media di kota Makassar secara tidak langsung telah menyerap konten adalah globalisasi. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk melihat dampak media globalisasi terhadap identitas budaya remaja di kota Makassar. penelitian ini menggunakan dua pendekatan yaitu kualitatif dan kuantitatif agar mendapatkan hasil yang mendalam. Data-data dikumpulkan melalui survei dan wawancara. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa globalisasi telah memberikan pengaruh terhadap remaja di kota Makassar untuk meninggalkan budaya mereka sendiri sehingga melaksanakan budaya yang lain. Budaya populer Korea yang telah tersebar luas melalui media mampu menyerap bagi remaja di kota Makassar.

Kata kunci: Budaya populer Korea, Kota Makassar, Globalisasi media

ABSTRACT

In developing countries like Indonesia the impact of globalization has had an extraordinary impact, especially in terms of culture. Makassar city or also called (Macassar, Mangkasar, or Ujungpandang (1971-1999)) is one of the metropolitan cities and also the capital of the province of South Sulawesi. Makassar City is the largest city in Eastern Indonesia and the fourth largest in Indonesia. Media in the city of Makassar has indirectly absorbed content, namely globalization. The purpose of this study is to see the impact of globalization media on the cultural identity of adolescents in the city of Makassar. This study uses two approaches, namely qualitative and quantitative in order to obtain in-depth results. The data were collected through surveys and interviews. The results of this study indicate that globalization has influenced adolescents in the city of Makassar to leave their own culture so that they adopt another culture. Korean popular culture that has spread widely through the media is able to absorb teenagers in the city of Makassar.

Keywords: *Korean popular culture, Makassar City, Media globalization*

PENDAHULUAN

Pada abad ke 21 teknologi komunikasi semakin pesat. Perkembangan teknologi tersebut memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam bidang komunikasi dan informasi (Setiawan, 2018). Dengan cepat dan mudahnya masyarakat memperoleh informasi dari dalam negeri maupun luar negeri. Dalam situasi ini sudah tidak ada batasan dalam berbagi informasi di antara sesama manusia. Abad ke 21 saat ini dapat disebut juga sebagai era globalisasi. Dalam era globalisasi ini, media massa berperan penting dalam memberikan informasi kepada masyarakat (Fabriar, 2014). Media massa mampu memberikan pengaruh terhadap masyarakat terlebih bisa mengubah perilaku dan pandangan masyarakat. Menurut (Fansuri, 2012) globalisasi sebagai fenomena yang membawa berbagai perubahan sosial, dengan adanya kemajuan teknologi dan internet dapat menghadirkan pola-pola interaksi sosial yang baru.

Media massa dapat dikatakan sebagai sarana yang menjadi tempat penyampaian suatu berita yang telah dipublikasi. Media massa merupakan suatu lembaga yang netral bagi semua kalangan atau lembaga netral yang berkaitan dengan masyarakat banyak (Makhshun & Khalilurrahman, 2018). Media massa mempunyai kekuatan yang dapat mempengaruhi masyarakat. Media massa kerap kali dijadikan sebagai bahan diskusi bagi kewujudan perubahan atau bisa dikatakan sebagai alat perubahan masyarakat (Azwar, 2020), ikut terjun sebagai salah satu variabel yang bertanggung jawab dalam mengubah warna kehidupan sosial.

Pada artikel ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh globalisasi media dan dampaknya terhadap kehidupan remaja di Kota Makassar. Tayangan-tayangan di media televisi Indonesia dominan tayangan yang berasal dari budaya luar, khususnya budaya populer Korea. Contohnya, drama Korea yang pernah ditayangkan di Net TV, Trans TV, seluruh Platform yang secara mudah diakses, dan acara musik di tanah air mulai banyak diisi oleh boyband dan girlband Korea. Masalah penting dari globalisasi ialah terkait perkembangan teknologi komunikasi dalam kehidupan masyarakat Makassar terutama remaja di Kota Makassar. Maka dari itu menimbulkan terjadinya pergeseran nilai dan budaya dalam masyarakat Kota Makassar. Nilai-nilai yang tercantum dalam media tersebut diangkat, kemudian diamalkan dalam kehidupan sehari-hari.

Globalisasi dan budaya

Globalisasi merupakan fenomena khusus dalam peradaban manusia yang secara terus menerus bergerak dalam masyarakat global dan bagian dari proses kehidupan manusia. Teknologi informasi dan teknologi komunikasi hadir untuk mempercepat akselerasi proses globalisasi. Terjadinya globalisasi menyentuh seluruh aspek yang penting di dalam kehidupan (Suneki, 2012), terdapat isu dalam globalisasi yang dapat menghadirkan perhatian besar. Isu tersebut berupa pro-kontra yang tidak pernah habis dan tetap menjadi wacana di kalangan politikus, akademik, dan juga kalangan kapitalis. Oleh karena itu timbulnya pertentangan dan perdebatan antara pihak yang menentang dan mempromosikan globalisasi. Menurut (Syam, 2015b) perkembangan globalisasi dapat memberikan keuntungan dan keburukan yang pertama yaitu, dapat membuat jarak individu antara satu negara dengan negara lain terasa dekat dikarenakan, perkembangan alat teknologi komunikasi seperti televisi, radio, video, internet telah membuat individu begitu mudah menjangkau wilayah orang lain. Yang kedua yaitu, globalisasi dapat memberikan keburukan kepada suatu negara, karena dapat memunculkan imperialisme baru terhadap budaya suatu bangsa.

Interaksi sosial tingkat dunia terbentuk dari globalisasi yang sangat mungkin dilakukan oleh setiap individu, terutama generasi bangsa yang lahir di zaman modern dengan berbagai teknologi maju yang telah ada. Pastinya para generasi bangsa tidak asing dengan berbagai macam teknologi saat ini. Mengoperasikan teknologi tersebut merupakan hal yang wajib bagi mereka, karena dengan mengoperasikan teknologi yang ada mereka dapat menjelajahi seluruh informasi dari segala dunia (Hibatullah et al., 2022). Banyak generasi bangsa yang terbuai oleh kemudahan teknologi. Contohnya saja, mereka fokus pada identitas mereka di dunia maya dan trend-trend yang sedang populer sehingga akan menimbulkan kurang perhatiannya mereka terhadap lingkungan sekitar.

Globalisasi sebenarnya lebih bebas atau bersifat terbuka, dengan demikian suatu aliran informasi dan program media terutama yang penuh dengan nilai-nilai atau budaya luar sudah masuk dalam suatu negara akan lambat laun dapat mempengaruhi budaya yang sejak lama telah ada dalam negara tersebut (Fitrayadi, 2016). Oleh karena itu suatu negara tidak bisa lagi mempertahankan batasan negaranya tanpa dilangkahi oleh orang lain. Sehingga proses globalisasi akan memberikan ancaman terhadap budaya suatu bangsa. Saat ini globalisasi tidak hanya merajalela di perkotaan, tetapi juga telah sampai di seluruh kawasan pedesaan. Hal tersebut dibuktikan bahwa masyarakat di desa telah banyak memakai media parabola dan jaringan internet pada rumah-rumah di pedesaan. Oleh sebab itu siaran luar akan masuk dan menjadi bahan tontonan masyarakat desa sehingga secara tidak langsung budaya luar sudah masuk ke dalam suatu desa melalui alat teknologi yang dimilikinya, jika seseorang suka dan sering menonton siaran luar, bukan hanya akan memberi keuntungan yang dapat memberikan pengetahuan tentang dunia orang lain, melainkan pada waktu yang bersamaan seseorang tersebut kan terperangkap oleh segala hal dari dunia luar ke dalam lingkungannya sendiri (Nugroho et al., 2020). Budaya luar ini bukan hanya disebarkan melalui siaran-siaran televisi, radio ataupun dari segala platform digital, tapi juga melalui media yang ada di suatu negara misalnya barang-barang atau bahan-bahan yang di datangkan dari luar, sehingga khalayak tertarik oleh unsur-unsur budaya luar.

Budaya luar dan budaya bangsa

Menurut (Syairi, 2013) budaya ialah sistem pengetahuan yang meliputi gagasan atau ide yang terdapat dalam pikiran manusia, sehingga dalam kehidupan sehari-hari kebudayaan itu bersifat abstrak. Menurut (Syakhrani & Kamil, 2022) budaya adalah pola dasar yang ditemukan lalu ditentukan oleh suatu penduduk karena telah mempelajari dan menguasai masalah eksternal dan internal, yang sudah bekerja cukup baik dan dapat dipertimbangkan secara layak oleh karena itu dapat diajarkan pada anggota baru yang di persepsikan. Jadi dapat disimpulkan budaya adalah perilaku yang di hasilkan oleh manusia secara sistematis melalui proses pemikiran dan pembelajaran lingkungan hidup. Budaya mengandung kesenian, kepercayaan, ada istiadat, ilmu pengetahuan kesusilaan, undang-undang serta dan kebiasaan yang didapatkan sebagai anggota masyarakat.

Cara hidup atau budaya yang berbeda dimiliki setiap manusia. Antara satu budaya dan budaya lainnya yang sudah disepakati telah mengikat manusia. Budaya dapat membentuk pola kehidupan, misalnya minat atau kesukaan, cara berhubungan, tingkah laku dan berbagai pola kehidupan lainnya. Ada dua macam budaya yang ada dimasyarakat yaitu budaya bangsa atau biasa dikatakan budaya tinggi, dan budaya populer atau budaya rendah.

Budaya populer menjadi semakin kompleks seiring perkembangan zaman. Definisi budaya populer adalah suatu kebudayaan yang telah berkembang atau suatu karya, praktik, dan pandangan hidup yang banyak disukai oleh khalayak (Kaparang, 2013). Dalam perspektif industri budaya, arti budaya populer merupakan budaya yang berasal dari media massa, media sudah mempromosikan berbagai macam produk budaya populer yang nanti disebarluaskan melalui beberapa media global sehingga masyarakat tanpa sadar telah menerapkan dan menjadikan nilai-nilai hidup dalam kegiatan sehari-hari.

Pada awalnya Amerika Serikat berperan dalam kewujudan budaya populer dalam memproduksi dan menyebarkan budayanya. Negara tersebut telah menanamkan akar yang sangat kuat dalam industri budaya populer, contohnya McDonald, Hollywood, Music, Walt Disney dan masih banyak lagi, sehingga muncul negara-negara lain yang berhasil menjadi pusat budaya populer misalnya, Hongkong, Taiwan, Jepang, Thailand, China dan kini Korea Selatan.

Budaya populer didominasi oleh produksi dan konsumsi barang-barang. Perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan memberikan kesempatan kepada masyarakat dunia untuk menunjukkan serta menampilkan budayanya kepada khalayak melalui berbagai jenis media. Budaya populer merupakan jenis budaya yang hendak membedakan dirinya dari jenis budaya yang sudah ada di dalam masyarakat.

Fenomena budaya Korea di Indonesia

Pada saat ini, budaya Kpop atau biasa disebut budaya populer Korea sudah mulai menunjukkan kemampuan kreatif dengan cara mengeksport budayanya ke negara-negara lain yang ditunjukkan melalui tayangan-tayangan hiburan yang menjadi saingan berat bagi Eropa dan Amerika. Hal ini sejalan dengan kemajuan industri hiburan dan kestabilan ekonomi mereka.

Budaya populer Korea sudah melanda Indonesia sejak 10 tahun ini, dipicu melalui program Piala Dunia Jepang-Korea pada tahun 2002 dan Korea masuk ke dalam empat besar sebagai kekuatan sepakbola dunia sehingga beberapa channel TV sudah mulai bersaing dalam menayangkan film, musik, drama Korea salah satu contohnya *Full House*, *Boys Before Flower*. Kedua drama tersebut menarik perhatian masyarakat Indonesia, dan dapat membuat remaja mengidolakan aktor maupun aktris yang berperan dalam drama tersebut.

Banyak penelitian yang sudah mengkaji tentang pengaruh budaya Korea terhadap remaja di Indonesia. Seperti, (Simbar, 2016) (Ri'aeni et al., 2019) Dalam artikelnya, mereka mengatakan adanya pengaruh budaya Korea yang di perlihatkan melalui media terhadap perubahan nilai-nilai dan perilaku terhadap remaja di Indonesia. Dalam artikel (Simbar, 2016) menyebutkan bahwa globalisasi adalah alasan utama dari tersebarnya budaya populer Korea yang sasarannya remaja, dengan fashion modern dan aktor-aktor dan aktris yang mempunyai daya jual tinggi telah memberikan pengaruh terhadap para remaja. Dan dalam artikel (Ri'aeni et al., 2019) mempunyai pengaruh negatif dan positif salah satu contoh masing-masing yaitu memiliki banyak hubungan pertemanan, dan dapat mengganggu kesehatan mata.

Munculnya Girlband dan Boyband di sambut antusias oleh masyarakat Indonesia. Terbukti dari penerimaan yang luas yaitu munculnya beberapa fans klub boyband dan girlband serta banyaknya penggemar aktor dan aktris dari negara ginseng tersebut. Tanggapan masyarakat Indonesia terhadap budaya Korea melalui penggunaan sosial media misalnya dengan memberikan serba-serbi terkait budaya populer Korea. seorang penggemar membacakan dan memberikan setiap informasi terkini dari idolanya masing-masing. Budaya populer di Indonesia selain bisa dilihat dari televisi dapat juga dilihat dari platform digital lainnya, sehingga budaya populer Korea mulai mendapatkan tempat di masyarakat khususnya kalangan remaja.

METODE

Untuk mendapatkan hasil yang mendalam, maka penelitian ini menggunakan dua pendekatan yakni pendekatan kualitatif dan pendekatan kuantitatif. Menurut (Abdussamad, 2021) penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan dalam melakukan penelitian yang berorientasi pada fenomena atau gejala yang bersifat alami, sedangkan penelitian kuantitatif menurut (Anshori & Iswati, 2017) merupakan penelitian yang terstruktur dan mengkuantifikasikan data yang dapat digeneralisasikan. Penelitian ini disebut sebagai penelitian deskriptif yang datanya melalui survei dan dituangkan dalam tabel-tabel yang menunjukkan distribusi frekuensi, lalu dilengkapi dengan hasil wawancara.

Penelitian ini memiliki 43 orang responden yaitu 7 laki-laki dan 36 perempuan yang berumur dari 17 hingga 22 tahun dan bertempat tinggal di Kota Makassar. teknik penentuan responden yang digunakan adalah teknik purposive sampling di mana mereka dianggap mengetahui masalah yang diteliti dan dijadikan sebagai responden penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegemaran Dengan Korean

Tabel 1. Gender

Gender	Persentase
Laki-laki	16
Perempuan	83

Berdasarkan tabel 1. Gender, menunjukkan bahwa responden laki-laki lebih sedikit dari responden perempuan yaitu masing-masing mencatat responden perempuan 83% dan responden laki-laki 16%. Dalam penelitian ini adalah responden yang berusia remaja yang memiliki gaya hidup seperti budaya populer Korea, dari hasil persentase responden tersebut menunjukkan bahwa perempuan mempunyai minat yang tinggi terhadap budaya populer Korea berbanding dengan laki-laki.

Tabel 2. Program yang Diminati Remaja Terhadap Budaya Populer Korea

Program	Persentase
Film	46
Drama	32
Musik	37
Gaya hidup	23

Berdasarkan tabel 2. Program yang diminati, mengenai kategori yang diminati oleh responden di Kota Makassar terhadap budaya populer Korea kebanyakan berpendapat bahwa mereka meminati program film sebanyak 46%, untuk program drama sebanyak 32%, musik sebanyak 37%, dan untuk gaya hidup 23% responden.

Tabel 3. Motif Remaja Terlibat dengan Budaya Populer Korea

Motif	Persentase
Hiburan	70
Aktualisasi diri	10
Mengisi waktu kosong	25

Berdasarkan tabel 3. tentang keterlibatan responden dengan gelombang Korea melalui media yang ada di Kota Makassar. sebagian besar responden mengatakan bahwa motif mereka untuk mengikuti gelombang Korea adalah untuk mencari hiburan yaitu sebanyak 70%. Para responden mengatakan gelombang Korea yang mereka dapatkan melalui CD/DVD, televisi, majalah, maupun internet mampu memberikan kebutuhan hiburan diri terhadap remaja di Kota Makassar. Adapun yang responden katakan bahwa mereka mengikuti gelombang Korea hanya untuk aktualisasi diri dan mengisi kekosongan yang masing-masing 10% dan 25%

Pengaruh Budaya Populer Korea Terhadap Remaja Kota Makassar

Penelitian ini mengidentifikasi pengaruh budaya populer Korea pada remaja di Kota Makassar. Pada hasil penelitian ini, ada 3 pengaruh budaya populer Korea terhadap remaja Kota Makassar. yang pertama, pengaruh terhadap bahasa. Kedua, pengaruh gaya hidup. Ketiga, pengaruh pakaian.

Tabel 4. Pengaruh Budaya Populer Korea Terhadap Remaja

Pengaruh budaya populer Korea	Persentase			
	1	2	3	4
Fashion	20,9	34,9	27,9	16,3
Bahasa	23,3	39,5	18,6	18,6
Gaya hidup	23,3	44,2	20,9	11,6

Catatan, 1 = Sangat setuju, 2 = Setuju, 3 = Kurang setuju, 4 = tidak setuju

Berdasarkan tabel 4. pengaruh budaya populer Korea, menunjukkan sebagian besar responden setuju bahwa budaya populer Korea yang mereka lihat di media yang ada di Kota Makassar telah membuat perubahan terhadap diri mereka terkait dengan cara berpakaian. Mereka berpendapat, setelah menonton siaran-siaran Korea mereka terbawa untuk memakai pakaian seperti masyarakat Korea. Namun begitu cara berpakaian mereka disesuaikan dengan tempat yang mereka tinggali yaitu Kota Makassar yang banyak menganut agama Islam.

Kemudian responden mengatakan menyukai siaran-siaran Korea karena mereka tertarik dengan bahasa Korea. Menurut responden. Mereka mempelajari bahasa Korea dan sudah mulai terbiasa berbicara menggunakan bahasa Korea seperti “*annyeonghaseyo*” (halo), “*daebak*” (keren), “*jinjja*” (serius) dan “*omo*” (waduh). Dan yang terakhir pengaruh budaya populer Korea terhadap remaja di Kota Makassar yaitu mengenai gaya hidup, produsen musik dan film terbesar di dunia ikut memperkenalkan segala produk yang dikeluarkan oleh negara Korea, merek samsung adalah merek yang di buat oleh negara Korea dan banyak digandrungi oleh remaja di kota Makassar. sebagian besar responden mengatakan bahwa mereka terpengaruh melalui film.

Secara umum globalisasi media di Kota Makassar sudah menyebabkan penyerapan budaya asing terhadap budaya di Kota Makassar terkhusus budaya populer Korea. Penelitian ini meyakini bahwa televisi, internet ataupun sosial media merupakan tempat yang efektif dalam menyebarkan budaya populer Korea terhadap remaja di Kota Makassar. Pada penelitian ini menemukan bahwa pengaruh yang paling besar ialah media sosial, film, musik, drama yang muncul di media sosial menjadi sebab eksistensi budaya populer Korea terhadap remaja di Kota Makassar

Dilihat dari gender yang banyak meminati tayangan Korea ialah kaum perempuan berbanding balik dengan kaum laki-laki yang lebih sedikit, ini menandakan bahwa perempuan lebih banyak terlibat dengan budaya populer Korea baik melalui televisi, internet ataupun media sosial. Maka dari itu perempuan banyak memilih waktunya di rumah saja dengan memanfaatkan hiburan yaitu menonton tayangan-tayangan Korea baik melalui televisi ataupun media sosial, berbanding dengan laki-laki yang terkadang menghabiskan waktunya di luar rumah dengan pergi ke cafe atau tempat nongkrong lainnya. Walaupun menggunakan media internet di cafe tetapi biasanya laki-laki lebih suka menghabiskan waktu dengan bermain game online ataupun media sosial seperti facebook, instagram, dan tiktok.

Pengaruh budaya populer Korea terhadap kalangan remaja di Kota Makassar terdapat 3 pengaruh yang amat kelihatan yaitu pengaruh dari segi fashion, bahasa, dan gaya hidup. Remaja di Kota Makassar mulai memakai bahasa Korea seperti sapaan “*annyeonghaseyo*” (halo) pada saat bertemu dengan teman-temannya, juga kata-kata lain semacam “*daebak*” (keren), “*jinjja*” (serius). Ada juga pengaruh dari segi fashion, sebagian remaja memakai fashion ala artis Korea yang di sesuaikan

dengan kota Makassar yang masyarakatnya banyak menganut agama Islam. Sehingga perempuan yang memakai fashion ala Korea masih juga dipadukan dengan hijab yang modis. Pembahasan ini bersesuaian dengan pendapat (Syam, 2015a) yang berpendapat bahwa globalisasi akan dapat mewujudkan budaya yang homogen. Budaya homogen atau cultural homogenization ialah usaha untuk melaraskan kebudayaan, di mana setiap tempat kurang lebih sama. Jika seseorang sering menonton tayangan luar secara berlebihan, bukan saja akan memberikan keuntungan agar dapat mengetahui mengenai dunia luar, melainkan pada waktu yang sama seseorang akan terperangkap kepada unsur-unsur dunia orang lain ke dalam lingkungannya sendiri (Nugroho et al., 2020).

Apabila hal tersebut terus dibiarkan di Kota Makassar maka akan terjadi identitas kota Makassar yaitu budaya asli sebagai budaya tinggi yang patut dipelihara akan menghilang diterjang oleh proses globalisasi media yang sedang melanda kota Makassar saat ini. Oleh karena itu proses globalisasi perlu di pikirkan untuk di terima begitu saja oleh generasi muda untuk menghadapi globalisasi ini. Seharusnya globalisasi tidak di terima begitu saja karena dapat menenggelamkan budaya Kota Makassar itu sendiri. Pandangan negatif yang tercantum di budaya populer akibat globalisasi media tidak dapat dihindari lagi, namun budaya populer bisa dihindari dengan menghadirkan budaya saingan yang memberikan makna positif bagi kehidupan manusia. Terkhusus perkembangan remaja Kota Makassar.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, dapat di simpulkan bahwa dampak globalisasi media ialah munculnya budaya populer yang berpotensi untuk menggusurkan budaya lokal, semacam fenomena budaya populer Korea yang muncul akibat globalisasi media. Budaya populer Korea membuat sebagian remaja sangat diminati, sehingga muncul perilaku remaja untuk mengimitasi budaya populer tersebut.

Sebagai calon penerus bangsa seharusnya dapat mengatur waktunya dengan baik agar tidak larut dalam tontonan siaran Korea. Dan peran orang tua sangat penting dalam mendidik anak-anaknya agar terhindar dari perilaku konsumtif akibat globalisasi media. Kemudian untuk pemilik media dapat memperhatikan setiap tayangan yang ingin di perlihatkan ke khalayak agar tidak hanya melihat unsur keuntungan semata tetapi juga dapat memperhatikan nilai dampak yang ditimbulkan. Maka dari itu disarankan dalam penayangan selalu memperhatikan nilai kandungan budaya lokal supaya tetap terjaga.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Anshori, M., & Iswati, S. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya : Airlangga University Press, 2017.
- Azwar, W. (2020). *Sosiologi Dakwah*. Prenada Media.
- Fabriar, S. R. (2014). Etika Media Massa Era Global. *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*, 6(1).
- Fansuri, H. (2012). Globalisasi, Postmodernisme Dan Tantangan Kekinian Sosiologi Indonesia. *Sosiologi Islam*, 2(1).
- Fitrayadi, D. S. (2016). Peran Pendidikan Kewarganegaraan Dalam Mengembangkan Karakter Tanggungjawab Peserta Didik di Era Globalisasi di SMA Negeri 1 Baleendah. *Untirta Civic Education Journal*, 1(2).
- Hibatullah, F. A., Industri, T., & Airlangga, U. (2022). *Pengaruh Globalisasi Terhadap Pembangunan*. 10(1), 1–9.
- Kaparang, M. O. (2013). Analisa Gaya Hidup Remaja Dalam Mengimitasi Budaya Pop Korea Melalui Televisi. *Acta Diurna*, II(2).
- Makhshun, T., & Khalilurrahman. (2018). *Pengaruh media massa dalam kebijakan pendidikan*. 1(40), 57–68.
- Nugroho, C., Sos, S., & Kom, M. I. (2020). *Cyber Society: Teknologi, Media Baru, dan Disrupsi Informasi*. Prenada Media.
- Ri'aeni, I., Suci, M., Pertiwi, M., & Sugiarti, T. (2019). Pengaruh Budaya Korea (K-Pop) Terhadap Remaja Di Kota Cirebon. *Communications*, 1.
- Setiawan, D. (2018). Dampak perkembangan teknologi informasi dan komunikasi terhadap budaya. *Jurnal Simbolika: Research and Learning in Communication Study (E-Journal)*, 4(1), 62–72.
- Simbar, K. F. (2016). Fenomena Konsumsi Budaya Korea Pada Anak Muda Di Kota Manado. *Holistik*, 18.
- Suneki, S. (2012). Dampak Globalisasi Terhadap Eksistensi Budaya Daerah. *Ilmiah CIVIS*, II(1), 307–321.
- Syairi, K. A. (2013). *Pembelajaran bahasa dengan pendekatan budaya*. 13(2), 174–188.
- Syahrani, W. A., & Kamil, L. M. (2022). Budaya Dan Kebudayaan : Tinjauan Dari Berbagai Pakar, Wujud-Wujud Kebudayaan, 7 Unsur Kebudayaan Yang Bersifat Universal. *Cross-Border*, 5(1), 782–791.

Syam, H. M. (2015a). Globalisasi Media dan Penyerapan Budaya Asing, Analisis Pada Pengaruh Budaya Populerkorea Di Kalangan Remaja Kota Banda Aceh. *Avant Garde*, 3(1).

Syam, H. M. (2015b). Globalisasi Media Dan Penyerapan Budya Asing, Analisis Pada Pengaruh Budaya Populer Korea Di Kalangan Remaja Kota Banda Aceh. *Ilmu Komunikasi*, 3(1), 54–70.



© 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).