

BAB III

BENTUK-BENTUK PENERIMAAN DIPLOMASI BUDAYA KOREA SELATAN DI INDONESIA

Tidak hanya remaja Indonesia yang menggemari tayangan Korea. Bahkan hal tersebut juga sudah membuat masyarakat Indonesia dari segala kalangan dan segala umur menyukainya. Baik musik, maupun serial dramanya, bahkan merambah ke kuliner dan bahasa yang digunakan sehari-hari oleh aktor Korea di dalam drama juga banyak diikuti oleh orang Indonesia. Hal tersebut juga mempengaruhi gaya hidup orang-orang Indonesia, seperti style, kosmetik yang digunakan, merk handphone, dan merk-merk alat elektronik di rumah yang semuanya *made in Korea*.

Remaja maupun dewasa banyak mengimitasi style Korea, seperti pakaian, aksesoris, sepatu, gaya rambut, bahkan cara bermake-up yang membuat banyak bermunculannya salon-salon yang mengusung tema 'ala Korea'. Makanan-makanan yang khas Korea juga banyak diperjualbelikan di Indonesia, mulai dari pedagang kaki lima yang menjajakan kuliner Korea dengan harga terjangkau, sampai restoran ala Korea yang menjual dengan harga yang ditujukan bagi orang-orang kalangan tertentu saja. Juga, semakin banyak lembaga kursus yang membuka kelas Bahasa Korea, bahkan beberapa universitas di Indonesia sudah mulai membuka jurusan Bahasa Korea.

Masuknya kebudayaan Korea tentunya memberikan dampak positif maupun negatif bagi Indonesia. Dampak positif yang didapatkan antara lain agar dapat mengetahui dan menambah informasi tentang kebudayaan-kebudayaan dari negara lain; menambah banyak kemampuan bahasa asing, tidak hanya bahasa Inggris ataupun Arab; dan dapat mengembangkan IPTEK di Indonesia agar dapat menyamai IPTEK di Korea yang lebih maju. Selain itu juga dapat memberi dampak negatif seperti tergerusnya nilai kebudayaan Indonesia; membuat masyarakat Indonesia kehilangan identitas diri karena meniru gaya bangsa lain; mengubah aliran musik menjadi aliran musik Korea dengan ciri khas boyband dan girlbandnya; mengurangi kecintaan masyarakat Indonesia akan makanan tradisional di negeri sendiri, tapi justru lebih menyukai makanan yang ala Korea, walaupun dengan harga yang mungkin lebih mahal, dan sebagainya (Yesha, 2013).

Sebagai warga negara Indonesia yang baik, sudah seharusnya kita dapat memilah-milah mana hal yang harus kita ambil dan mana yang tidak. Agar hanya

dampak positif yang kita dapat dari fenomena tersebut dan dijauhi dari dampak negatifnya. Untuk itulah, kita harus mengetahui apa sajakah bentuk-bentuk penerimaan diplomasi budaya Korea Selatan di Indonesia.

Macam-macam Budaya Korea Selatan di Indonesia

1. *K-Pop* (musik dan tarian)

Tak hanya drama yang dapat menguasai pasar Indonesia, namun melalui musik dan tarian pun Korea mulai menguasai Indonesia, atau yang lebih dikenal dengan sebutan *K-Pop*. Musik Pop Korea atau *Korean Pop* atau disingkat *K-pop*, adalah jenis musik populer yang berasal dari Korea Selatan. Banyak artis dan kelompok musik pop Korea sudah menembus ke tingkat internasional, yang artinya masuk ke negara-negara lain di dunia.

Pada awal sejarahnya, musik pop Korea pra-modern pertama kali muncul pada tahun 1930-an dan dipengaruhi oleh musik pop Jepang. Namun tak hanya Jepang, musik pop barat juga mulai memberikan pengaruh terhadap musik pop Korea pada tahun 1950-an dan 1960-an. Di Korea, awalnya berkembang musik bergenre "*oldies*", kemudian tahun 1970-an, musik *rock* diperkenalkan dengan pionirnya adalah Cho Yong-pil. Genre musik *trot* menyusul kemudian dengan dipengaruhi oleh gaya musik dari Jepang, *enka*.

Pada tahun 1992, awal mula musik pop modern di Korea, yang ditandai dengan kesuksesan grup Seo Taeji and Boys diikuti grup musik lainnya seperti Panic dan Deux. Tren musik ini juga melahirkan banyak kelompok musik dan musisi-musisi lainnya hingga sekarang. Pada tahun 2000-an artis dengan aliran musik yang berkiblat ke Amerika mulai muncul seperti aliran musik *R&B* serta *Hip-Hop* atau *rap*. Mereka adalah MC Mong, 1TYM, Rain, dan Big Bang yang cukup sukses di Korea dan luar negeri. Kemudian muncul kembali jenis musik yakni *techno*.

Drama Korea juga berkontribusi dalam industri musik Korea, yakni memunculkan musik-musik bertema *ballad*, yang biasanya dikenal dengan lirik dan nada yang sedih berisi tentang percintaan, seperti yang dibawakan oleh Baek Ji Young, KCM, SG Wannabe, dan sebagainya. Dengan berkembangnya drama Korea yang menembus dunia internasional, maka musik-musik Korea otomatis juga semakin diminati, apalagi banyak aktor maupun aktris di dalam dramanya yang juga berprofesi sebagai penyanyi, seperti Jang Geun Suk, Rain, BoA dan juga

Hyun Bin. Selain BoA adalah penyanyi dan juga mencoba peruntungan untuk memainkan drama, ia juga masuk ke Jepang dan terkenal di banyak negara, termasuk juga Indonesia. Disusul dengan artis-artis lainnya seperti Rain, Se7en, Shinhwa, Ryu Shi-won, dan sebagainya yang berlomba-lomba masuk ke pasar musik di Jepang.

Salah satu penyanyi dan aktor terkenal Korea yang bermain di drama berjudul “*Full House*”, yang sukses menggelar konser internasional adalah Rain, tercatat sebagai artis Asia pertama yang mengadakan konser internasional berjudul “*Rainy Day 2005 Tour*” (Susanthi, 2011).

Pada awal Oktober 2010 Shinee mengadakan konser di Jakarta saat diadakan Pekan Budaya Indonesia-Korea. Pada 8 Mei 2011 Stasiun TV swasta di Jakarta, O’Channel memiliki program tayangan Top *Kpop* TV yang tayang setiap Sabtu Minggu pkl 16.30 WIB yang membahas tentang hal-hal berbau *K-Pop* dan memutarakan *Music Video* (MV) dari *boyband* maupun *girlband* Korea. SCTV juga pernah menayangkan program musik ‘*K-Pop vs I-Pop*’ yang menghadirkan *boy* atau *girlband* dari Indonesia dan Korea. Lalu salah satu media online terbesar bernama detik.com memiliki rubrik khusus bernama *Kpop* (Susanthi, 2011).

Pada 11 November 2011, 2PM menggelar konser di JITEC Mangga Dua Square, Jakarta dengan tiket sejumlah lima ribu buah terjual habis. Kemudian di Indonesia digelar konser *K-pop* untuk pertama kalinya bernama KIMCHI (*Korean Idols Music Concert Hosted in Indonesia*) yang diadakan di Istora Senayan, Jakarta, pada 4 Juni 2011, dengan menampilkan beberapa artis ternama Korea, antara lain Girl’s Day, The Boss, X5, Park Jung Min dan diakhiri dengan Super Junior (Suju) (Susanthi, 2011).

Hal tersebut juga membuat munculnya artis-artis Indonesia yang bergaya Korea, yakni *boy* dan *girl band* ala Indonesia, seperti Smash. Boyband asal Bandung ini sempat menuai banyak hujatan dan mendapat label sebagai *boyband* plagiat. Namun banyak pula orang menilai Smash mampu membangkitkan kembali keberadaan *boyband* Indonesia yang sempat marak di era 1980-an yaitu Trio Libels (Susanthi, 2011).

Pada tahun 2012, banyak diadakan pula acara-acara *K-Pop* di Indonesia, salah satunya yakni pada Maret diadakan *Kpop Gathering “Tribute to Super Junior”* dalam rangka menyambut konser *Super Show 4* Super Junior pada 27

sampai 29 April 2012 di Mata Elang Indoor Stadium Ancol, Jakarta. Acara tersebut diadakan oleh perusahaan marketing bernama *Exo Digital Agency*.

Pada 22 September 2012, RCTI menayangkan konser artis-artis Korea bernama *SM Town Live World Tour III* di Stadion Gelora Bung Karno, Jakarta, dengan menampilkan artis-artis Korea di bawah naungan agensi terkenal di Korea bernama *SM Entertainment* seperti Super Junior, Girls Generation, BoA, SHINee, EXO, f(x), TVXQ, dan Kangta (Ra, 2012).

Pada 2013, artis-artis Korea banyak mengadakan konser di Indonesia, seperti SNSD, Suju, 2PM, Shinee, Sistar, Beast (sekarang Highlight), Infinite, Teen Top, dan Eru. Selain itu ada pula Lee Min Ho, aktor yang berperan dalam drama *Boys Before Flowers*, CN Blue, dan juga G-Dragon yang turut datang ke Indonesia pada 2013.

Kemudian, artis-artis Korea juga turut digunakan oleh sejumlah iklan di Indonesia. Periklanan merupakan komunikasi non individu, dengan sejumlah biaya, melalui berbagai macam media seperti media elektronik (televisi, radio, internet), media cetak (surat kabar atau koran, majalah, tabloid), serta film yang dipergunakan oleh suatu perusahaan, lembaga non laba, serta individu-individu, yang berfungsi untuk mempublikasikan suatu produk berupa barang maupun jasa (Liliweri, 1992).

Yang pertama yakni aktor terkenal asal Korea Selatan yang membintangi drama berjudul "*Full House*", Rain, ia membintangi iklan shampo *Clear Men* yang diproduksi pada 2 Agustus 2007 dengan durasi sekitar satu menit dengan tema kegiatan sehari-hari Rain sebagai aktor dan penyanyi. Di akhir iklan Rain mengatakan "*My Name is Rain*" (Kudakitsune, 2007).

Berikutnya adalah Won Bin, aktor yang bermain di Korean Drama berjudul "*Autumn in My Heart*" atau "*Endless Love*" (2000). Aktor ini dipilih menjadi artis yang membintangi iklan LG INFINIA Cinema3D TV pada tahun 2011. Aktor ketiga yang membintangi iklan yang hadir di Indonesia adalah Hyun Bin, yang membintangi drama "*Secret Garden*". Hyun Bin membintangi iklan dari Samsung Smart TV di tahun yang sama dengan Won Bin (Soraya, 2011).

Pada akhir tahun 2015, aktor terkenal Korea bernama Lee Min Ho yang namanya melejit karena dramanya berjudul "*Boys before Flowers*" atau "*Boys over Flowers*" (2009) membintangi sebuah iklan lokal bernama Luwak *White Coffee*.

Iklan berdurasi 46 detik itu bahkan memperlihatkan adegan Min Ho yang berkata dalam bahasa Indonesia, “Saya suka Luwak *White Coffee*” (Pemita, 2015).

Selanjutnya aktor ternama Korea yang membintangi iklan yang ada di Indonesia yakni Gong Yoo. Aktor ini terkenal dengan filmnya yang berjudul “*Train to Busan*” (2016) dan drama berjudul “*Goblin*” (2017). Iklan yang dibintanginya adalah Asus Zenfone 4 yang berdurasi satu menit empat puluh tujuh detik, dimana ia harus beradu akting dengan aktris Indonesia bernama Tatjana Saphira (Tatjana Saphira Beradu Akting dengan Gong Yoo dalam Iklan Asus Terbaru, 2017).

2. *K-Drama* (film atau drama televisi)

Produk budaya Korea pertama yang berhasil masuk menguasai pasar Indonesia adalah dramanya. Drama Korea yang pertama hadir di Indonesia sebenarnya bukanlah “*Endless Love*” atau “*Autumn in My Heart*” di Indosiar tapi “*Mother’s Sea*” di Trans TV. Walaupun sama-sama ditayangkan di tahun 2002, *Endless Love* hadir di layar kaca Indosiar pada bulan Juli, sedangkan *Mother’s Sea* pada bulan Maret. Mungkin karena tidak *se-booming Endless Love*, maka kebanyakan orang lebih mengetahui bahwa drama Korea yang pertama tayang di TV Indonesia adalah *Endless Love* (lihat lampiran).

Masuknya produk Korea lewat drama ini diawali dengan keberanian Indonesia yang melakukan liberalisasi pada tahun 1990-an. Selain itu, krisis ekonomi Asia pada akhir 1990-an membawa sebuah situasi di mana pembeli Asia lebih menyukai program acara Korea yang lebih murah. Korea menawarkan harga drama televisi lebih murah seperempat dari harga Jepang, dan sepersepuluh dari harga drama televisi Hongkong di tahun 2000 (Susanthi, 2011). Kemudian, masuknya Korea sebagai kekuatan empat besar dunia dalam Piala Dunia Korea-Jepang di tahun 2002 yang membuat nama Korea dikenal di mata dunia juga membuat stasiun-stasiun televisi swasta Indonesia bersaing dalam menayangkan drama-drama Korea.

Walaupun drama Korea mulai bermunculan pada 2002, namun drama-drama Jepang (atau disebut *dorama*) tidak langsung hilang begitu saja. Karena sudah cukup banyak penggemar *dorama* di Indonesia saat itu. Bahkan beberapa drama Korea mengadaptasi drama-drama dari negara lain. Sebut saja serial “*Meteor Garden*” dari Taiwan yang juga ditayangkan di tahun 2002 di Indonesia, diadaptasi oleh drama Korea Selatan berjudul “*Boys over Flowers*” di tahun 2009,

dan mendapat kepopuleran yang sama dengan drama sebelumnya. Kemudian ada dorama Jepang berjudul “*Itazura Na Kiss*” di tahun 2004 diadaptasi oleh drama Korea berjudul “*Playful Kiss*” dan ditayangkan di Indosiar pada 2011 (Service).

3. Makanan atau Kuliner (*Kimchi*)

Banyak tempat-tempat makan, rumah makan, kedai, maupun restoran Korea yang telah banyak dibuka di berbagai kota di Indonesia. Sebelum membahas mengenai restoran-restoran Korea yang ada di Indonesia, ada baiknya bila kita memahami terlebih dahulu apa saja jenis-jenis makanan Korea dan menjadi menu di restoran-restoran Korea yang ada di Indonesia.

Dari sekian banyak makanan, makanan Korea yang paling dikenal oleh orang-orang dari negara lain adalah *kimchi*. Hampir di setiap restoran atau tempat makan berbau Korea di negara-negara di luar Korea, pasti menyediakan *kimchi*. *Kimchi* adalah campuran dari sayur seperti sawi putih, lobak, daun bawang dan timun yang digarami dan difermentasi, yang mengandung banyak vitamin dan mineral, yang sering dihidangkan sebagai lauk di hampir setiap waktu makan orang Korea. Ada *kimchi* tertentu yang dibuat pedas dengan penambahan bubuk cabe merah, sementara *kimchi* lain tidak diberi cabe merah atau direndam dalam cairan sedap. Tetapi apapun kimchinya, tetap harus mengandung bawang putih agar rasanya tetap terjaga (Kementerian Budaya, 2012). *Kimchi* biasanya dibuat dalam jumlah banyak, kemudian dimasukkan ke dalam sebuah kotak makan dan disimpan di dalam lemari es (kulkas). Lalu pada jam makan, *kimchi* akan dikeluarkan dari lemari es dan dimakan sebagai lauk tambahan tanpa dipanasi terlebih dahulu tapi langsung dimakan sebagai lauk dalam keadaan dingin.

Walaupun *kimchi* hampir selalu hadir ketika orang Korea makan, namun tetap, bahan makanan yang menjadi makanan pokok bagi kebanyakan orang Korea adalah nasi putih (*ssalbab*), tetapi bagi generasi muda Korea, banyak yang lebih menyukai makanan-makanan ala Barat. Ketika orang Korea makan, biasanya nasi sebagai makanan utama akan ditemani dengan berbagai macam lauk-pauk (*banchan*), kebanyakan seperti makanan yang berkuah (*jjigae*), sup (*tang*), sayur-sayur berbumbu yang direbus, daging, dan ikan. Kebanyakan model makanan Korea adalah makanan-makanan yang berkuah, dimasak dengan direbus, setengah difermentasikan, dan banyak mengandung sayur-sayuran. Sehingga, makanan Korea adalah jenis makanan sehat yang banyak mengandung gizi yang lengkap, tidak membuat gemuk, jauh dari kandungan minyak dan kolesterol, dan dapat

mencegah berbagai macam penyakit terutama kanker. Selain makanan-makanan tersebut, ada pula makanan utama Korea lainnya yang paling dikenal oleh orang Barat, yakni *bulgogi* dan *galbi*. *Bulgogi* dan *galbi* adalah nama makanan di Korea yang berupa hidangan daging. *Bulgogi* biasanya berupa daging sapi yang dibumbui, sedangkan *galbi* berbentuk iga sapi maupun babi, dimana keduanya tidak hanya disukai oleh orang Korea, namun juga sangat disukai oleh orang-orang asing, khususnya orang Barat. Kemudian ada pula makanan sejenis bubur yang ada di Korea, bernama *juk*. *Juk* adalah makanan tertua Korea, dimana terbuat dari biji-bijian yang direbus lama di dalam air. Biasanya ketika orang Korea sakit, anggota keluarganya akan membuatkan bubur, karena teksturnya yang lembut dan lunak, *juk* cocok untuk dihidangkan sebagai makanan pengganti nasi untuk pasien (Kementerian Budaya, 2012).

Sebenarnya selain nasi, ada pula jenis makanan yang dibilang sebagai menu wajib yang sering ada di negara-negara di Asia Timur, seperti di Jepang, Cina, dan Korea. Makanan tersebut adalah mie. Di Korea ada beberapa jenis hidangan mie-mie yang cukup terkenal, diantaranya *ramyeon*, *jjajangmyeon*, *kalguksu* dan *naengmyeon* (Kementerian Budaya, 2012). *Ramyeon* atau *ramyun* adalah jenis mie instan yang banyak dijual bebas di supermarket di Korea. *Ramyeon* berasal dari Tiongkok dan dibawa ke Jepang pada era *Meiji* (1868-1912) dan sampai ke Korea pada 1960an hingga menjadi menu andalan masyarakat Korea ketika malas memasak ataupun tidak ada lauk apapun dirumah. *Jjajangmyeon* adalah sejenis mie tebal yang dibumbui dengan kacang hitam (*chunjang*), biasanya akan dilengkapi pula dengan sayuran dan irisan daging. Makanan ini lagi-lagi dibawa oleh para imigran Tiongkok yang datang ke Incheon, tapi lama-kelamaan penduduk asli juga banyak yang menikmati hidangan ini. Ada salah satu kebiasaan unik masyarakat Korea yang berkaitan dengan makanan ini, yakni dalam memperingati *Black Day* setiap tanggal 14 April, para jomblo di Korea akan berpakaian serba hitam yang melambangkan putus cinta dan kesedihan, dan memakan masakan ini. *Kalguksu* adalah jenis bakmi yang disajikan dengan sayur-sayuran dan dicampurkan dengan kaldu ikan. Biasanya dikonsumsi ketika musim panas, karena biasanya ketika cuaca panas, seseorang akan cenderung memilih minuman-minuman dingin dan akan mudah terserang penyakit. Sehingga dipilihlah *kalguksu* sebagai hidangan bakmi yang berguna untuk menghangatkan bagian dalam tubuh. Berikutnya, hidangan mie yang terakhir bernama *naengmyeon*.

Naengmyeon terbuat dari adonan yang terdiri dari tepung kentang dan tepung soba, yang dipotong tipis serta direbus, dan dicampur dengan kaldu ayam dingin (Hutami, 2016).

Walaupun secara umum, beras yang dimasak menjadi nasi dikonsumsi sebagai makanan utama, tetapi pada saat-saat tertentu, beras juga dibuat menjadi kue beras (*tteok*). *Tteok* terbuat dari tepung beras putih, *mugwort*, kacang merah, kurma atau *jujubes*, kacang-kacangan dan *chestnut*. Kue beras biasanya dihidangkan di setiap upacara perayaan, ulang tahun, dan juga hari libur nasional. Selanjutnya untuk hidangan penutup atau sebagai camilan dan dapat pula sebagai jamuan untuk tamu, akan dihidangkan *nampun (dagwasang)* berisi teh atau jus buah dan kue-kue (*hangwa*) maupun buah-buahan segar yang dipotong kecil-kecil dimakan menggunakan garpu (Kementerian Budaya, 2012).

Ada cukup banyak restoran Korea yang telah didirikan di Indonesia. Restoran Korea yang pertama kali didirikan di Indonesia bernama Daebak Fan Café. Tepatnya pada 23 Februari 2013 di Jalan Margonda Raya, Depok. Didirikan oleh Refaldo Fanther beserta teman-temannya, yang merupakan para penggemar budaya Korea. *Daebak* berarti luar biasa, keren, mengagumkan, hebat, wow, mantap, bagus. Setiap pelanggan yang datang akan disambut dengan kata ‘*Annyeong Haseo!*’ yang artinya adalah apa kabar atau selamat datang. Pada awal restoran ini dibuka, hanya berupa ruko kecil tanpa *billboard* dan interior, dan pengunjung yang datang kebanyakan hanya berasal dari Jakarta Selatan dan Bogor. Kemudian, si pendiri, Aldo, mencoba memperkenalkan dan mempromosikan restoran melalui sosial media yakni *Facebook* dan *Twitter* (Putri W. D., 2015).

Daebak Fan Café ini mengusung tema yang memadukan antara *Traditional Korean Atmosphere* di *Bukchon Room* dan *Modern Kpop Style* di *Hongdae Room*. *Hongdae Room* dilengkapi dengan suguhan musik *kpop* ter-update dan bebas untuk request MV *Kpop* apapun serta para pengunjung dapat menuliskan pesan untuk para artis atau idol di *Post It* yang disediakan dan bisa ditempelkan di *Wall of Fans*. Sedangkan ruang *Bukchon* difasilitasi dengan *background music Korean Drama Soundtrack (OST)* dan bisa request *soundtrack-soundtrack* korea drama lainnya serta TV Show (*Running Man*) terbaru (Anonim, Daebak Fan Cafe: Korean Fan Cafe Pertama di Indonesia, 2014).

Lokasi: Jl. Kemang Raya No. 95E, Kemang, Jakarta

Jl. Margonda Raya No. 239, Beji, Depok

Di samping Daebak Fan Cafe, masih banyak restoran-restoran Korea lain yang ada di Indonesia (lihat lampiran).

Selain banyaknya restoran maupun kedai ala Korea yang didirikan di Indonesia, banyak pula *franchise* atau waralaba Korea yang ada di Indonesia:

a) Bokki Bowl

Franchise kuliner Korea yang ada di Jawa Barat ini dimulai sejak tahun 2012, tepatnya pada bulan Oktober. Dengan tema yang diusung yaitu “*Korean Food with Indonesian Soul*”, *franchise* ini menyajikan menu-menu khas dari Korea yang dipadukan dengan rasa yang disesuaikan lidah orang Indonesia. Menu-menu yang ditawarkan seperti *ramyeon*, *kimchi*, *bibimbap*, *tteokbokki*, *rabokki*, *gimbap*, dan sebagainya. Peluang kemitraan dibuka setelah satu tahun berdiri, karena banyaknya permintaan dari pelaku usaha lain yang ingin mencoba berbisnis makanan Korea ini, selain memang didukung oleh keuntungan cukup besar yang dihasilkan. Ada beberapa pilihan paket dengan besar investasi yang beragam, yakni mulai enam juta hingga tujuh puluh lima juta rupiah (Rahmadhani, 2017).

b) Kkuldak

Kemudian ada Kkuldak, yakni waralaba yang menyediakan makanan ringan korea dengan tiga menu favorit, seperti yaitu *tteokpokki*, *Chicken Ball*, dan *Tater Tots*. Walaupun berdiri di tahun yang sama dengan Bokki Bowl, *franchise* ini terkenal di Korea hingga meraih beberapa penghargaan seperti *Korea Brand Power Award* dan *Korea Franchise Business Award* pada tahun 2013 sampai 2014. Lalu, waralaba ini mulai memperluas pasarnya dan masuk ke Indonesia pada tahun 2014 dengan mendirikan tiga cabang di Jakarta. Kkuldak juga ingin membuka peluang kemitraan *franchise* dengan konsep mini restoran. Sedangkan untuk paket investasi yang ditawarkan cukup mahal yakni kurang lebih sekitar delapan ratus juta rupiah.

c) SamWon Group: Samwon House, Samwon Express, K-Drink

Pemilik dari SamWon Group bernama Albert Sentosa, yang memulai bisnis waralaba karena hobinya yang menyukai makanan Korea. Ialah orang yang membuka usaha waralaba makanan Korea pertama di Indonesia dengan mengusung konsep makanan cepat saji ala Korea. Peluang kemitraan dibuka mulai dari dua ratus lima puluh sembilan juta rupiah (Rahmadhani, 2017). Ada tiga konsep kerja sama yang ditawarkan, yaitu SamWon House, SamWon

Express, dan K-Drink. SamWon House dan Express adalah sejenis waralaba restoran Korea yang saat ini sudah memiliki sebelas gerai di Indonesia. Sedangkan K-Drink adalah *franchise* yang menjual aneka macam minuman dingin khas Korea dengan paket investasi berkisar mulai angka tiga ratus sampai delapan ratus juta rupiah (Ramadhani, 2018).

d) Lotteria

Selanjutnya bisnis waralaba ini menarik minat dari perusahaan ritel asal Korea, bernama Lotte Group. Lotte Group mendirikan *waralaba* makanan Korea di Indonesia bernama Lotteria dan merupakan bisnis di bawah PT. Lotte Indonesia. Waralaba ini didirikan pada tahun 2011 dengan menyajikan menu *fast food* khas Korea. Paket investasi yang ditawarkan oleh Lotte Group yakni sebesar satu setengah miliar rupiah dengan sistem *revenue sharing*, yaitu keuntungan akan dibagi antara mitra dan pihak Lotte.

e) Bon Chon

Berikutnya PT. Michelindo Food International yang masuk ke Indonesia sejak 2010, membawa bisnis waralaba bernama Bon Chon dengan menyajikan menu ayam goreng dilapisi bumbu khas Korea. Bon Chon menawarkan paket investasi dengan harga yang mahal, yaitu sekitar dua miliar rupiah (Rahmadhani, 2017).

f) Running Korean Street Food

Kemudian waralaba yang berlokasi di Samarinda, Kalimantan Timur, bernama Running Korean Street Food. Menyediakan menu seperti *tteokbokki*, *eomuk* atau *odeng*, *tteokggochi*, dan makanan ringan Korea lainnya.

g) Mu Gung Hwa

Mu Gung Hwa adalah *franchise* asal Korea Selatan dimana makanan yang disajikan berasal dari Korea. Dengan dinaungi oleh PT Koin Bumi, waralaba ini sedang membuka restoran-restoran di daerah Jabodetabek. Tema yang diangkat adalah *Korean Cafe plus Mart* dengan menu unik dan inovatif. *Franchise* ini juga menyamakan mini market yang ada di negaranya sendiri yaitu menjual berbagai kebutuhan serta makanan ala Korea. Sedangkan paket investasi untuk restoran yaitu berkisar antara enam puluh lima juta sampai seratus lima puluh juta rupiah.

h) Café Tospia

Franchise ini termasuk baru karena baru berdiri di tahun 2018 ini dan salah satunya sudah berdiri di daerah Lippo Karawaci, Tangerang. Makanan yang disediakan seperti *bulgogi* atau daging ala Korea, dan lain sebagainya (Ramadhani, 2018).

i) Bing Go

Yungky D. Pangestanu, warga negara Indonesia, lulusan strata dua di Shogang University Korea, mencoba peruntungannya dengan mendirikan restoran Korea di Gandaria City bernama Bing Go pada 2015 lalu. Dia mencoba mengkombinasikan bumbu-bumbu yang diimpor langsung dari Korea dengan bumbu-bumbu khas Indonesia. Menu yang di tawarkan yakni *gimbap*, *tteokbokki*, *jjajangmyeon*, *gangjeong*, *ramyeon*, *kimchi bokkeumbap*, *chicken galbi dupbab*, *beef bulgogi depbab*, *japchae bab*, *chicken bulgogi dopBab*, *yachae*, *rabokki*, *twigim*, *kim jaban jumokbab*. Harga menu berkisar antara empat puluh lima hingga enam puluh tiga ribu rupiah. Bing Go juga menawarkan peluang waralaba dengan paket investasi sekitar 1,6 miliar rupiah (Rachmawati, 2018).

4. Bahasa dan huruf (*hangeul*)

Hangeul adalah nama dari alphabet Korea dimana pada awalnya diciptakan oleh *Jiphyeonjeon*, yakni organisasi penelitian ilmiah, di bawah pemerintahan Raja Sejong (1418-1450) pada tahun 1443. Dengan adanya *hangeul*, penduduk Korea pun akhirnya bisa menulis huruf secara fonetik dan lebih bisa dipahami daripada dengan menggunakan karakter Cina (Studies).

Hangeul terdiri atas empat belas huruf konsonan dan sepuluh huruf vokal. *Hangeul* adalah alfabet sederhana namun sistematis dan komprehensif sehingga dianggap sebagai salah satu sistem penulisan yang paling ilmiah di dunia (Kementerian Budaya, 2012). Di Korea Selatan diperingati Hari *Hangeul* setiap tanggal 9 Oktober (Wikipedia, Hangeul, 2017).

Ternyata ada sekelompok warga Indonesia yang juga menggunakan huruf ini sebagai bahasa dan huruf daerahnya, tepatnya sejak 2009 lalu. Mereka adalah salah satu suku di daerah pedalaman asli Indonesia di Kota Bau-Bau, selatan Pulau Buton, Sulawesi Tenggara, bernama suku Laporo Cia-Cia, dengan bahasa daerah Cia-Cia. Jumlah warga sekitar 80.000 jiwa, dengan daerahnya sebagai salah satu pusat penyebaran agama Islam, namun tulisan Arab gundul tidak bisa mewakili

bahasa suku Cia-Cia. Ketika dituliskan dengan huruf Arab tersebut, makna dari bahasa suku Cia-Cia akan berubah.

Kemudian bagaimana tepatnya bahasa Cia-Cia menggunakan huruf *hangeul*? Ada beberapa versi jawaban dari pertanyaan tersebut. Yang pertama, adanya keresahan yang dialami oleh suku tersebut tentang ancaman punahnya bahasa Cia-Cia karena belum ada jenis huruf yang dapat mewakili bahasa Cia-Cia. Karena meresahkan hal tersebut, walikota Bau-Bau bernama Abidin, menyampaikan masalahnya kepada salah seorang profesor dari Korea, bernama Chun Thai Yun. Thai Yun, saat itu tengah berkunjung ke Bau Bau untuk mempelajari keragaman yang ada di sana. Kemudian Abidin menjelaskan bahwa mereka takut atas mudurnya kultur Cia-Cia karena tidak memiliki aksara. Akhirnya Thai Yun mencoba memikirkan dan mendiskusikan masalah ini dengan teman-temannya di kota asalnya di Seoul, Korea. Mereka pun mulai mempelajari bahasa Cia-Cia dan diskusi mereka menghasilkan bahwa huruf *hangeul* bisa dipakai untuk aksara Cia-Cia. Walaupun tidak dapat diaplikasikan secara sempurna, namun pada kenyataannya huruf *hangeul* mampu mewakili bahasa Cia-Cia. Akhirnya huruf *haengul* Korea tersebut diadaptasi dan diajarkan kepada para pengajar di sekolah. Kemudian masuk sebagai salah satu mata pelajaran di sekolah, untuk diajarkan kepada para siswa-siswinya. Walaupun menggunakan alphabet Korea untuk tulisan, namun bahasa yang mereka gunakan tetap bahasa Indonesia. Selanjutnya, kerja sama antara pemerintah kota Bau-Bau dengan *Hunminjeongeum Research Institute*, lembaga riset bahasa Korea pun dimulai. Hal tersebut bertujuan untuk menyusun bahan ajar kurikulum muatan lokal mengenai bahasa Cia-Cia dengan huruf *hangeul* Korea. Beberapa program pendidikan pun diadakan, seperti adanya pertukaran pelajar maupun guru, serta adanya pertukaran kebudayaan dan penelitian. Persoalan ini juga membuat suku Cia-Cia terkenal di Korea. Hingga membuat pemerintah Korea sering mengunjungi daerah ini dan memberikan bantuan untuk sekolah-sekolah di Pulau Buton karena mereka bangga akan penggunaan huruf *hangeul* yang dipakai oleh bangsa lain (Fhai, 2017).

Yang kedua, suku Laporo di kecamatan Sorawolio, Kabupaten Buton, Sulawesi Tenggara memiliki bahasa daerah bernama Cia-Cia. Bahasa cia-cia Laporo mempunyai persamaan dengan aksara *hangeul* atau bahasa Korea. Hal itu dikatakan oleh Djunudin, Tetua Adat Laporo Bugi. Menurutnya, usai sebelas tahun penelitian yang dilakukan orang Korea terhadap bahasa cia-cia Laporo, mereka

mengatakan bahwa ada sedikit persamaan bahasa antara aksara *hangeul* dengan *cia-cia* Laporo. Kemudian pada simposium persamaan bahasa di tahun 2009, pemerintah Kota Baubau menerima aksara *hangeul* sebagai aksara penulisan *cia-cia*. Karena itulah semua nama jalan di Kecamatan Sorawolio terdapat aksara *hangeul* dengan arti bahasa *cia-cia* dan penulisan aksara *hangeul* juga masuk sebagai salah satu mata pelajaran di sekolah sejak tahun 2013 (Neke, 2017).

Itulah asal-muasal dari penyebab *hangeul* menjadi aksara suku Cia-Cia. Hingga kini, huruf *hangeul* telah resmi diajarkan di sekolah-sekolah. Bahkan, guru yang mengajarkan bahasa tersebut sempat didatangkan dari Korea, walaupun sekarang sudah kembali diajarkan oleh guru-guru lokal yang pernah diberikan pelatihan langsung di Korea.

Selain *Hangeul* yang telah menjadi bahasa daerah di salah satu suku di Indonesia, di wilayah-wilayah lain di Indonesia banyak pula dibuka lembaga-lembaga kursus untuk Bahasa Korea (lihat lampiran). Kemudian, tidak hanya lembaga-lembaga kursus Bahasa Korea yang marak di Indonesia. Beberapa Universitas di Indonesia bahkan telah mengadakan program studi maupun jurusan Bahasa Korea. Berikut daftar beberapa universitas yang memiliki Bahasa Korea sebagai jurusannya.

Tabel 3.4
Daftar Universitas yang Mempunyai Prodi / Jurusan Bahasa Korea

No	Nama Universitas	Nama Prodi / Jurusan	Ket
1	Universitas Gadjah Mada (UGM)	Bahasa Korea (D-3) Bahasa dan Kebudayaan Korea (S-1)	
2	Universitas Indonesia (UI)	Bahasa dan Kebudayaan Korea (S-1)	
3	Universitas Nasional (Unas)	Bahasa Korea (D-3)	
4	Universitas Pendidikan Indonesia (UPI)	Pendidikan Bahasa Korea (S-1)	

Sumber: Diolah dari berbagai sumber.

Hal-hal yang telah disebutkan di atas tadi adalah mengenai bentuk-bentuk penerimaan budaya Korea Selatan oleh masyarakat Indonesia. Kesemuanya merupakan suatu bukti tanggapan positif Indonesia terhadap budaya Korea Selatan. Namun, jika ada

penerimaan yang positif, tentunya ada pula yang melihat fenomena tersebut secara negatif. Atau dengan kata lain, banyak pula pendapat-pendapat masyarakat yang tidak setuju mengenai hal tersebut.

Ternyata ada sebagian masyarakat Indonesia yang sangat tidak menyukai Korea Selatan. Sebenarnya pada awalnya beberapa dari mereka adalah *K-Popers* (penggemar Kpop), namun karena ada sebab-sebab tertentu yang membuat pandangan mereka kini berbalik 180 derajat akan Korea Selatan. Berikut akan dicantumkan tabel yang berisi mengenai isi pandangan negatif sebagian masyarakat Indonesia mengenai budaya Korea Selatan:

Tabel 3.5
Pandangan Negatif Sebagian Orang Indonesia terhadap Budaya Korea Selatan

No	Pandangan Negatif Sebagian Orang Indonesia terhadap Dampak Budaya Korea	Ket
1	Akan dapat melunturkan budaya asli Indonesia	
2	Tayangan Korea membuat masyarakat Indonesia malas beranjak dari layar (televisi, laptop, handphone, dll)	
3	Mempengaruhi remaja Indonesia lebih menyukai makanan khas Korea daripada khas negeri sendiri	
4	Membuat musik Indonesia tidak terlalu diminati karena ada K-Pop	
5	Lebih menyukai hanbok (pakaian tradisional Korea) daripada Batik	
6	Mengajarkan kebiasaan minum (mabuk) ketika senang maupun sedih	
7	Menanamkan sikap pantang menyerah yakni mudah melakukan bunuh diri jika kenyataan tidak sesuai harapan	
8	Mengajarkan untuk gemar menyantap daging anjing dan babi dengan sebelumnya membunuhnya secara sadis	
9	Mengajarkan untuk melakukan operasi plastik dan melihat penampilan sebagai segalanya	
10	Mencontohkan cara berpakaian yang tidak menutup aurat (pakaian-pakaian ketat dan minim)	
11	Mengajarkan untuk tidak rajin beribadah atau tidak percaya adanya Tuhan (atheis)	

Sumber: Diolah dari berbagai sumber.

Demikian beberapa pandangan negatif orang Indonesia terhadap Budaya Korea. Walaupun banyak masyarakat Indonesia yang menyukai drama serial dan musik Korea, namun tidak sedikit pula masyarakat yang tidak suka dengan tindakan maupun budaya Korea yang masuk ke Indonesia. Karena mereka menganggap bahwa budaya Korea lebih banyak membawa dampak yang negatif daripada positif bagi masyarakat Indonesia.