

BAB IV

KESIMPULAN

Korean wave, atau yang juga dikenal sebagai Hallyu, telah mengalami perkembangan yang pesat di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Korean wave telah menjadi fenomena global yang mencakup industri K-pop dan K-drama dan telah menarik perhatian masyarakat Indonesia secara luas. Dampak dari Korean wave ini menciptakan minat yang meningkat dalam hal-hal yang berkaitan dengan budaya Korea, termasuk makanan, fashion, gaya hidup, dan kecantikan (K-beauty). Pengaruh Korean wave yang membawa K-pop dan K-drama telah meluas ke berbagai aspek gaya hidup masyarakat Indonesia, termasuk makanan, pakaian, dan gaya hidup secara umum. Selain makanan dan fashion, Korean wave juga mempengaruhi gaya hidup secara keseluruhan. Banyak orang Indonesia yang tertarik dengan kosmetik dan perawatan kulit ala Korea, seperti penggunaan produk skincare Korea dan teknik perawatan kulit yang terkenal di Korea Selatan. Musik, tarian, dan budaya pop Korea juga memiliki penggemar yang setia di Indonesia, dengan konser dan pertunjukan K-pop yang sering diadakan di negara ini.

Dengan adanya pengaruh Korean wave yang semakin berkembang di Indonesia, dapat dilihat bahwa budaya Korea telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam membentuk gaya hidup masyarakat Indonesia. Hal ini menunjukkan daya tarik dan pengaruh yang kuat dari industri hiburan Korea terhadap masyarakat di berbagai belahan dunia, termasuk Indonesia. Ketertarikan masyarakat Indonesia yang sangat tinggi terhadap K-pop dan K-drama seperti yang sudah disebutkan sebelumnya tentu memberi pengaruh bagi perusahaan asal Korea.

Antusiasme yang tinggi dari masyarakat Indonesia kepada K-drama menciptakan sebuah citra atau pandangan tersendiri terhadap budaya serta negara Korea Selatan secara keseluruhan. Mulai penampilan dari aktor dan aktris yang cantik dan memiliki kulit yang sehat, serta product placement yang dilakukan oleh merek-merek kecantikan asal Korea Selatan. Hal ini tentu menciptakan sebuah persepsi mengenai produk-produk kecantikan dari Korea. Pada penelitian ini, fenomena ini dijelaskan oleh teori country of origin. Di mana individu telah memiliki persepsi tersendiri mengenai suatu negara (dalam hal ini Korea Selatan dengan kulit yang sehat), yang menyebabkan individu tersebut memiliki kepercayaan terhadap produk-produk dari negara tersebut karena dianggap memiliki kualitas yang baik. Selain K-drama, K-pop juga berperan penting dalam menciptakan persepsi yang positif mengenai Korea Selatan. Hadirnya boyband Korea Selatan seperti BTS di Indonesia menciptakan sebuah kelompok penggemar atau yang biasa disebut sebagai fanbase. Di dalam fanbase ini akan tercipta hubungan parasosial antara penggemar dengan idolanya. Hubungan parasosial ini menciptakan keterikatan yang erat antara penggemar dengan idolanya. Sehingga, munculnya keinginan dari penggemar untuk membeli produk-produk yang berhubungan dengan idolanya tersebut. Karena itu, seperti yang telah disebutkan sebelumnya, banyak merek-merek seperti Laneige, Innisfree, dan Sulwhasoo yang merekrut brand ambassador atau bekerja sama dengan idol atau grup band Korea Selatan. Hal ini dapat mempengaruhi penjualan serta popularitas merek tersebut di mata para penggemarnya.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyimpulkan bahwa Korean wave memberikan kontribusi dalam bentuk pengenalan budaya Korea yang mendorong minat masyarakat terhadap produk-produk dari Korea Selatan, termasuk produk AmorePacific. Pemanfaatan fenomena Korean wave oleh AmorePacific dilakukan melalui penunjukan idol-idol Korean wave sebagai brand ambassador, product placement di drama-drama Korea yang populer, serta kolaborasi dengan musisi atau grup band asal Korea Selatan. Hal ini terbukti efektif dalam meningkatkan aktivitas bisnis dari merek-merek AmorePacific, sebab dengan dilakukannya hal-hal tersebut, AmorePacific mendapatkan lebih banyak perhatian dan lebih dikenal oleh masyarakat termasuk di Indonesia. Dengan begitu, masyarakat akan lebih tertarik untuk membeli produk-produk dari merek-merek AmorePacific karena asosiasi yang dimilikinya

DAFTAR PUSTAKA

Situs web

AmorePacific. "Our History | Amorepacific," n.d.
<https://www.apgroup.com/int/en/about-us/amorepacific/our-history/our-history.html>.

www.apgroup.com. "Innisfree Selects Jang Won-Young as Global Brand Ambassador | Amorepacific," July 27, 2021.
<https://www.apgroup.com/int/en/news/2021-07-27.html>.

www.mamonde.com. "Inspired by FlowersMamonde Brand Story - Inspired by Flowers | Mamonde." Accessed May 25, 2023.
<https://www.mamonde.com/int/en/brand/brand-story/index.html>.

www.sulwhasoo.com. "Produk Sulwhasoo Terlaris Dan Paling Disukai | Sulwhasoo Indonesia." Accessed June 5, 2023.
<https://www.sulwhasoo.com/id/id/best/index.html>.

www.sulwhasoo.com. "Sulwhasoo Brand Ambassador - SULWHASOO REBLOOM with ROSÉ | Sulwhasoo International." Diakses 13 Juni, 2023.
<https://www.sulwhasoo.com/int/en/about/brand-ambassador/brand-ambassador-rose/rose.html>.

Artikel

Detik.com. "5 Negara Paling Heboh Soal Drakor Di Twitter, Ada Indonesia." detikjabar, August 31, 2022. <https://www.detik.com/jabar/berita/d-6263359/5-negara-paling-heboh-soal-drakor-di-twitter-ada-indonesia#:~:text=Posisi%20pertama%20untuk%20negara%20yang>.

Haugland, Clara. “*Hallyu, the Korean wave* 상세보기|Citizen JournalistsEmbassy of the Republic of Korea to Norway.” overseas.mofa.go.kr, August 19, 2020. https://overseas.mofa.go.kr/no-en/brd/m_21237/view.do?seq=81#:~:text=Hallyu%2C%20or%20Korean%20Wave%2C%20is.

Henry. “Indonesia Tempati Urutan Ke-4 Penggemar *Korean wave* Terbesar Di Dunia.” liputan6.com, October 8, 2021. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4678671/indonesia-tempati-urutan-ke-4-penggemar-korean-wave-terbesar-di-dunia>.

Ika, Disfira. “5 Drama Korea Generasi Pertama Yang Tayang Di Indonesia.” uzone.id, April 6, 2019. <https://uzone.id/5-drama-korea-generasi-pertama-yang-tayang-di-indonesia>.

Irmayanti. “7 Brand Skincare Korea Yang Populer Di Indonesia, Coba Deh!” IDN Times, September 14, 2021. <https://www.idntimes.com/life/women/irma-yanti-2/skincare-korea-yang-populer-di-indonesia-c1c2>.

Khan, Sharma. “7 Brand Skincare Korea Yang Populer Di Indonesia, Coba Deh!” IDN Times, September 14, 2021. <https://www.idntimes.com/life/women/irma-yanti-2/skincare-korea-yang-populer-di-indonesia-c1c2?page=all>.

Kim, YeonJeong. “#KpopTwitter Reaches New Heights with 7.8 Billion Global Tweets.” blog.twitter.com, 27 Januari, 2022. https://blog.twitter.com/en_us/topics/insights/2022/-kpoptwitter-reaches-

new-heights-with-7-8-billion-global-
tweets#:~:text=K%2Dpop%20artists.-.

Koran Sindo. “Amorepacific Kokohkan Pasar Kecantikan Di Indonesia.”
SINDOnews.com, 16 April, 2019.
<https://lifestyle.sindonews.com/berita/1396218/155/amorepacific-kokohkan-pasar-kecantikan-di-indonesia>.

Korean Culture and Information Service (KOCIS). “Map Showing *K-pop*’s
Popularity by Global Region Released : Korea.net : The Official Website of
the Republic of Korea.” Korea.net, 2019.
<https://www.korea.net/NewsFocus/Culture/view?articleId=174587>.

Loo, Andrew . “Multinational Corporation (MNC).” Corporate Finance Institute,
November 26, 2022.
<https://corporatefinanceinstitute.com/resources/management/multinational-corporation/>.

Mecadinisa, Nabila. “Terus Berekspansi Di Indonesia, Amorepacific Gandeng
MAP Sebagai Mitra Bisnis.” fimela.com, February 5, 2020.
<https://www.fimela.com/beauty/read/4171123/terus-berekspansi-di-indonesia-amorepacific-gandeng-map-sebagai-mitra-bisnis>.

Media, Kompas Cyber. “Mengapa Kosmetik Korea Laku Di Indonesia?” Edited by
Wisnubrata. KOMPAS.com, August 23, 2021.
<https://lifestyle.kompas.com/read/2021/08/23/145025220/mengapa-kosmetik-korea-laku-di-indonesia?page=all>.

Miani, Jana. “5 Produk Laneige Terbaik Yang Paling Banyak Dicari, Bisa Bikin Kulit Cerah Dan Glowing!” BEAUTYNESIA, December 24, 2018. <https://www.beautynesia.id/beauty/5-produk-laneige-terbaik-yang-paling-banyak-dicari-bisa-bikin-kulit-cerah-dan-glowing/b-132836>.

Muhammad, Latifah. “‘Smooth like Butter’: This BTS Collab Is Perfect for Beauty Lovers.” Billboard, December 21, 2022. <https://www.billboard.com/culture/product-recommendations/bts-laneige-lip-mask-kit-collaboration-1235190147/>.

Muktisari, Sierra Ayuningtyas. “Disebut ‘Ratu Sold-Out’, 5 Barang Ini Langsung Terjual Habis Usai Dipakai Song Hye Kyo! Apa Saja?” BEAUTYNESIA, August 4, 2022. <https://www.beautynesia.id/life/disebut-ratu-sold-out-5-barang-ini-langsung-terjual-habis-usai-dipakai-song-hye-kyo-apa-saja/b-259825>.

Othman, Michelle. “Butik Pertama Laneige Di Indonesia.” harpersbazaar.co.id, March 24, 2018. <https://harpersbazaar.co.id/articles/read/3/2018/5105/batik-pertama-laneige-di-indonesia>.

Pangerang, Andi Muttya Keteng. “8.000 Tiket BLACKPINK Sold Out, Panitia Tambah Jadwal Konser Di Jakarta, Catat Tanggalnya.” [Tribunkaltim.co](https://tribunkaltim.co), December 18, 2018. <https://kaltim.tribunnews.com/2018/12/18/8000-tiket-blackpink-sold-out-panitia-tambah-jadwal-konser-di-jakarta-catat-tanggalnya>.

- Pratama, Rezza Aji. "Survei KIC: Descendants of the Sun Drakor Paling Disukai Di Indonesia - Lifestyle Katadata.co.id." *katadata.co.id*, July 24, 2022. <https://katadata.co.id/rezzaaji/berita/62de0a97c4b6e/survei-kic-descendants-of-the-sun-drakor-paling-disukai-di-indonesia>.
- Rezkisari, Indira, and Adysha Citra. "Innisfree Akhirnya Buka Gerai Pertama Di Indonesia." *Republika Online*, March 24, 2017. <https://ameera.republika.co.id/berita/onawu4328/innisfree-akhirnya-buka-gerai-pertama-di-indonesia>.
- ROK-CENTER. "The *Hallyu* (Korean) Wave – ROK Center for Korean Studies." ROK Center for Korean Studies, September 30, 2019. <https://korea.lit.uaic.ro/en/the-Hallyu-korean-wave/>.
- Salsabilla, Rindi. "BLACKPINK Jadi Headliner Coachella, Berapa Bayarannya?" *CNBC Indonesia*, April 25, 2023. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20230425133602-33-432173/blackpink-jadi-headliner-coachella-berapa-bayarannya>.
- Sarajwati, Mar'a Kamila Ardani. "Fenomena *Korean wave* Di Indonesia – Environmental Geography Student Association." *EGSA UGM*, September 30, 2020. <https://egsa.geo.ugm.ac.id/2020/09/30/fenomena-korean-wave-di-indonesia/>.
- Simamora, Novita Sari. "Pertumbuhan Innisfree Capai 70% Di Indonesia." *lifestyle.bisnis.com*, July 19, 2019. <https://lifestyle.bisnis.com/read/20190719/220/1126271/pertumbuhan-innisfree-capai-70-di-indonesia->

- Snapcart. "K-Everything: Indonesian Consumption of Korean Culture and Entertainment," February 4, 2022. <https://snapcart.global/article-k-everything-indonesian-consumption-of-korean-culture-and-entertainment/>.
- Su-jin, Chun. "A 'Korean wave' in Japan." koreajoongangdaily.joins.com, June 24, 2004. <https://koreajoongangdaily.joins.com/2004/06/24/features/A-Korean-wave-in-Japan/2432838.html>.
- Sulaiman, Clarissa Eshter. "Ada Lee Min Ho Hingga Wonyoung 'IVE', Intip Pesona Para Artis Korea Yang Jadi Brand Ambassador Innisfree." *life*, May 22, 2023. <https://www.beautynesia.id/life/ada-lee-min-ho-hingga-wonyoung-ive-intip-pesona-para-artis-korea-yang-jadi-brand-ambassador-innisfree/b-274651/1>.

Jurnal

- Ariella, S, and U Yunus. "Cultivating Brand Awareness of Korean Cosmetics Innisfree in Indonesia via E-WOM as the Eco-Friendly." *Proceedings of the Proceedings of the 1st Workshop Multimedia Education, Learning, Assessment and Its Implementation in Game and Gamification, Medan Indonesia, 26th January 2019, WOMELA-GG, 2019*. <https://doi.org/10.4108/eai.26-1-2019.2282984>.
- Fitria, Ela. *Pengaruh Hallyu/Korean wave Dan Country of Origin Image Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Impor Asal Korea Selatan, Skincare (Studi Kasus Penggemar Hallyu Di Yogyakarta)*, February 1, 2022. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/38294>.

- Gürhan-Canli, Zeynep, and Durairaj Maheswaran. "Cultural Variations in Country of Origin Effects." *Journal of Marketing Research* 37, no. 3 (August 2000): 309–17. <https://doi.org/10.1509/jmkr.37.3.309.18778>.
- Lazarus, A. A. "Multinational Corporations." *Journal of Consulting Psychology Rotter J B 1954 Social Learning and Clinical Psychology* 31, no. 31 (2001): 109–18.
https://www0.gsb.columbia.edu/faculty/bkogut/files/Chapter_in_smelser-Baltes_2001.pdf.
- Mutmainah. "Pengaruh *Korean wave* Terhadap Maraknya Produk Dan Tren Kosmetik Korea Selatan (*K-beauty*) Di Indonesia Periode 2017-2020," 2021.
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/58239/1/MUTMAINAH.FISIP.pdf>.
- Nancy, Felicia Goenawan, and Vita Monica. "Efektivitas Penggunaan Brand Ambassador Laneige Dalam Model VisCAP." *Jurnal E-Komunikasi* 8, no. 2 (2020). <https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/11110/9878>.
- Nguyễn, Hằng. "Reading the " *Korean wave* " as a Sign of Global Shift." *Www.academia.edu* 45, no. 4 (2005).
https://www.academia.edu/29153429/Reading_the_Korean_Wave_as_a_Sign_of_Global_Shift.
- Perbawani, Pulung Setiosuci, and Almara Jati Nuralin. "Hubungan Parasosial Dan Perilaku Loyalitas Fans Dalam Fandom KPop Di Indonesia." *LONTAR*:

Jurnal Ilmu Komunikasi 9, no. 1 (June 30, 2021): 46–47.
<https://doi.org/10.30656/lontar.v9i1.3056>.

Perwitasari, Dwi Atmi, and Eristia Lidia Paramita. “PRODUCT PLACEMENT on KOREAN DRAMA as an EFFECTIVE TOOL for BRAND POSITIONING (CASE STUDY: LANEIGE).” *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis* 4, no. 1 (April 30, 2020): 149–50.
<https://doi.org/10.24912/jmieb.v4i1.7717>.

Pramadya, Teguh Puja, and Jusmalia Oktaviani. “*Hallyu* (Korean wave) as Part of South Korea’s Cultural Diplomacy and Its Impact on Cultural Hybridity in Indonesia.” *Jurnal Dinamika Global* 1, no. 01 (June 1, 2016): 87–88.
<https://doi.org/10.36859/jdg.v1i01.16>.

Putri, Idola Perdini, Farah Dhiba Putri Liany, and Reni Nuraeni. “K-Drama Dan Penyebaran *Korean wave* Di Indonesia.” *ProTVF* 3, no. 1 (June 28, 2019).
<https://doi.org/10.24198/ptvf.v3i1.20940>.

Saeri, M. “Teori Hubungan Internasional Sebuah Pendekatan Paradigmatik.” *Jurnal Transnasional* 3, no. 2 (2012).
<https://transnasional.ejournal.unri.ac.id/index.php/JTS/article/download/70/64>.

Virgiyanti, Elsy. “PENGARUH *K-BEAUTY* TERHADAP MINAT BELI KOSMETIK KOREA MAHASISWA PROGRAM STUDI BAHASA KOREA ANGKATAN 2018.” repository.unas.ac.id, July 29, 2022.
<http://repository.unas.ac.id/id/eprint/5388>.

Buku

Bok-Rae, Kim. "Past, Present and Future of *Hallyu* (Korean wave)." *American International Journal of Contemporary Research* 5, no. 5 (2015).
https://www.aijcrnet.com/journals/Vol_5_No_5_October_2015/19.pdf.