BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kebudayaan atau budaya populer memiliki arti “Kebudayaan yang mengacu pada kepercayaan, cara hidup, seni, dan adat istiadat yang dimiliki dan diterima oleh sebagian masyarakat tertentu” (Huang, dalam Nasrum & Andi, 2015). Budaya Populer sendiri pertama kali muncul di abad 19 dan abad ke 20. Pada abad ke 19, adalah era media massanya koran dan novel. Sampai pada abad ke 20, para ahli menemukan radio dan televisi. Dengan ditemukan radio dan televisi dapat mendukung penyebaran informasi tentang suatu budaya ke seluruh dunia. Dan membuat suatu fenomena budaya populer.

Budaya populer Korea atau Korean Wave adalah salah satu fenomena tersebarnya budaya populer Korea secara mendunia yang identik dengan music, drama, film, makanan, pakaian, bahasa dan penggunaan produk-produk kecantikan Korea. Kegemaran terhadap budaya Korea ini dimulai di Republik Rakyat Tiongkok dan Asia Tenggara pada akhir tahun 90-an (Wikipedia). Dan pada tahun 2014 di Cina, ekspor konten musik meningkat menjadi 21,0% daripada tahun sebelumnya, dan rata-rata peningkatan industri Kpop per tahun adalah 41,7% (Chae, dalam Muhammad, 2020).

Penyebaran Korean Wave ke Indonesia terjadi pada tahun 2000 an dan berkembang pesat didukung dengan perkembangan teknologi dan informasi terutama meluasnya penggunaan media internet di Indonesia dan diterima dengan baik oleh masyarakat Indonesia. Maraknya Korean Wave berdampak pada perubahan pola belanja dan gaya hidup kaum muda dan remaja di Indonesia. Hal ini ditunjukkan

dengan meningkatnya bisnis yang menjual pakaian, makanan, dan kosmetik yang berasal dari Korea Selatan. Promosi dilakukan dengan dipadukan dengan adegan-adegan penggunaan produk skincare di dalam drama dan terbukti berhasil. Istilah untuk kosmetik Korea Selatan yang semakin populer disebut dengan K-Beauty atau Korean Beauty, istilah ini mendeskripsikan tentang apa saja yang terkandung unsur kosmetik Korea Selatan dari segi bisnis dan produk. Seiring dengan berjalannya waktu, kosmetik Korea Selatan di Indonesia semakin merambah di pasar kecantikan.

Indonesia adalah pasar yang sangat menarik bagi Korea Selatan dalam penjualan produk kosmetik dan jika dilihat kebelakang masyarakat Indonesia mulai tertarik dengan hal yang identic dengan dengan Korean Wave mulai dari K-Drama dan K-Pop hingga masuk ke era kosmetik. Korea Selatan menaruh perhatian besar terhadap Indonesia sebagai pangsa pasar di Asia Tenggara selain karena negara ini memiliki jumlah penduduk yang paling banyak di Asia Tenggara dan Indonesia juga salah satu tempat fanbasa Korean Wave.

Maraknya peninat produk K-Beauty tidak bisa dilepaskan dari Korean Wave yang beberapa aspek yang berkaitan dengan Korean Wave seperti keberadaan Korean Cultural Centers Indonesia (KCC Indonesia) yang menjadi bagian dari Korean Wave yang ikut serta berperan dama mempromosikan K-Beauty dan KCC Indonesia juga melibatkan berbagai macam perusahaan produsen K-Beauty yang mampu medatangkan produk-produk yang diminati di pasaran. Berbagai pengaruh yang ditimbulkan dari penyebaran Korean Wave tersebut salah satunya adalah semakin meningkatnya keinginan masyarakat khususnya kalangan remaja termasuk para mahasiswa untuk mengkonsumsi berbagai produk Korea termasuk produk kecantikan Korea (K-Beauty). Hal ini sesuai dengan penelitian Aulia Hillar Setiani

dan M. Zakky A. (2021) yang menyatakan terdapat pengaruh signifikan Korean Wave terhadap minat beli skin care asal Korea Selatan. Penelitian ini Aulia tersebut juga diperkuat dengan penelitian Sagia (2018) yang menyatakan Korean Wave berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Namun menurut pendapat Fatiha Syahdah dan Supriadianto (2016) yang meneliti pengaruh Hallyu terhadap minat beli produk kosmetik Korea pada mahasiswa D3 Bahasa Korea Universitas Gajah Mada angkatan 2014-2015 menyatakan dalam penelitiannya bahwa walaupun sebagian besar mahasiswa menyukai Hallyu atau Korean Wave tidak semua mahasiswa menggunakan produk Korea. Hal ini menjadi pertimbangan dalam penelitian ini bahwa pada mahasiswa bahasa Korea angkatan 2018 pada fakultas bahasa dan sastra bahasa Korea mungkin memiliki pengetahuan terhadap produk kecantikan Korea namun belum tentu menggunakan dan membeli produk kecantikan Korea.

Minat beli adalah sikap seseorang dalam menyukai sesuatu dan berusaha mendapatkannya dengan membayar atau melakukan pengorbanan untuk mendapatkannya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia minat adalah kecenderungan hati terhadap sesuatu, gairah, keinginan sedangkan beli adalah memperoleh sesuatu melalui penukaran atau pembayaran dengan uang. Hal ini dapat diartikan minat beli adalah keinginan seseorang dalam memperoleh sesuatu melalui pembayaran. Sementara Kotler, Bowen, dan Makkens (2016) menjelaskan bahwa minat beli timbul setelah adanya proses evaluasi alternatif dan didalam proses evaluasi seseorang akan membuat suatu rangkaian pilihan mengenai produk yang hendak dibeli atas dasar merek atau minat.

Dari uraian latar belakang masalah diatas penelitian ini ingin membuktikan apakah terdapat pengaruh K-Beauty terhadap minat beli dengan judul “Pengaruh K-

Beauty Terhadap Minat Beli Kosmetik Korea Pada Mahasiswa Fakultas Bahasa Dan Sastra Bahasa Korea Angkatan 2018”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dibahas di atas, maka yang penulis bahas dalam penelitian ini adalah : Apakah K-Beauty berpengaruh terhadap minat beli kosmetik Korea pada mahasiswa fakulas bahasa dan sastra bahasa Korea angkatan 2018?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh K-Beauty terhadap minat beli pada mahasiswa fakulas bahasa dan sastra bahasa Korea angkatan 2018

1.4. Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan analisa tentang K-Beauty dan pengaruhnya terhadap minat beli kosmetik baik bagi masyarakat umum maupun khususnya bagi mahasiswa Bahasa Korea Unversitas Nasional. Manfaat lainnya adalah sebagai pengembangan ilmu pengetahuan tentang K-Beauty dan minat beli kosmetik pada kalangan mahasiswa.

1.5. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara yang dilakukan peneliti dengan berbagai langkah-langkah secara ilmiah untuk membuktikan suatu pembenaran maupun untuk mendapatkan pemecahan masalah dalam penelitian.

Peneltian adalah penelitian kuantitatif deskriptif dengan teknik analisis regresi linear sederhana. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang berdasarkan data yang berupa angka dengan melakukan pengukuran dari data yang didapatkan untuk meneliti

hubungan atau sebab akibat antar satu atau beberapa variabel. Salah satu teknik analisis untuk mengetahui sebab dan akibat dari satu variabel terhadap variabel lainnya dapat digunakan teknik analisis regresi linear sederhana. Menurut Silaen (2018 : 18) penelitian kuantitatif adalah penelitian statistik deskriptif atau inferensial yang dilakukan melalui prosedur penelitian dengan data berupa angka-angka. Sementara analisis regresi sederhana adalah analisis yang didasarkan pada satu pengaruh variabel bebas terhadap satu variabel terikat (Ghozali, 2018).

1.6. Sumber & Jenis Data

Data dalam penelitian ini menggunakan data primer yang yang didapatkan dari penyebaran kuesioner melalui Google Form kepada mahasiswa Fakultas Bahasa Dan Sastra Bahasa Korea Angkatan 2018. Pendukung lainnya untuk melengkapi penelitian ini adalah berbagai referensi, jurnal, karya ilmiah, makalah dan pustaka-pustaka baik yaitu berbentuk e-book atau paper book.

1.7. Sistematika Penyusunan

BAB 1 : Pendahuluan, menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan penelitian. BAB 2 : Kerangka Teori, menjabarkan berbagai teori-teori pendukung penelitian, tinjauan pustaka, indikator yang digunakan, keaslian penelitian, kerangka pikir penelitian, hipotesis, variabel yang digunakan, instrumen penelitian, dan uji asumsi klasik untuk mengukur data primer, uji t untuk menguji hipotesis penelitian, dan uji koefisien determinasi. BAB 3 : Hasil dan Pembahasan, berisi tentang gambaran umum objek penelitian, uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, pengujian hipotesis, dan pembahasan. BAB 4 : Kesimpulan dan Saran, berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran untuk pengembangan penelitian ini.