

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG MASALAH

Korea Selatan merupakan negara di Asia Timur yang meliputi bagian selatan Semenanjung Korea. Korea Selatan berbatasan langsung di sebelah utara dengan Korea Utara, dimana keduanya menjadi satu bagian negara hingga tahun 1948. Di sebelah barat berbatasan dengan Laut Kuning, Jepang berada di seberang Laut Jepang, dan di bagian tenggara terdapat Selat Korea.<sup>1</sup> Ibu Kota Korea Selatan adalah Seoul. Korea Selatan merupakan negara republik, yang membagi pemerintahannya dalam tiga bagian: eksekutif, yudikatif dan legislatif.

Pada tahun 1950 Korea Selatan termasuk dalam salah satu negara miskin, dengan ekonomi yang hanya bergantung pada hasil pertanian serta mengalami kehancuran akibat pendudukan Jepang dan Perang Korea. Namun dalam 4 dekade ini, Korea Selatan mengalami perubahan yang sangat signifikan dari negara miskin menjadi negara kaya. Keajaiban Sungai Han merupakan sebuah istilah yang di berikan karena pertumbuhan ekonomi yang sangat cepat. Perkembangan dibidang industrialisasi, pencapaian teknologi, dan perkembangan pembangunan yang terjadi merupakan kebangkitan Korea Selatan pasca perang yang membuat Korea Selatan menjadi negara maju.<sup>2</sup> Korea Selatan memiliki 3 kunci utama dalam kemajuannya, yaitu keinginan maju melalui pendidikan,

---

<sup>1</sup> CIA, *The World Factbook*, diakses dari <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ks.html>, pada tanggal 1 Juni 2018.

<sup>2</sup> Gaio, A. M. S., *Korea Selatan dalam Perkembangan Perekonomian di Dunia*, diakses dari <https://www.kompasiana.com/culesangel/551c150da33311e32bb65a16%20di-akses%20pada%2001%20Juni%202018/korea-selatan-dalam-perkembangan-perekonomian-di-dunia>, pada tanggal 1 Juni 2018.

pemimpin yang mempunyai visi dan tujuan yang kuat, serta kehadiran pengusaha-pengusaha yang menompong perekonomian Korea Selatan.<sup>3</sup> Kemajuan yang dialami oleh Korea Selatan saat ini tidak terlepas dari kebijakan-kebijakan pemerintah di bawah kepemimpinan Park Chung Hee, yang memimpin Korea Selatan sejak tahun 1961 hingga tahun 1979. Pasca Perang Korea, kondisi perekonomian Korea Selatan sangat memprihatinkan, ditambah lagi dengan kondisi demografi negara yang tidak memiliki banyak sumber daya alam yang dapat dijadikan komoditas dagang. Untuk mengatasi hal ini, Park Chung Hee membuat suatu kebijakan yang disebut dengan kebijakan “Unbalance Growth”, yaitu sebuah kebijakan yang berfokus pada sektor-sektor ekonomi tertentu. Dengan sumber daya yang terbatas, tidak memungkinkan bagi Korea Selatan untuk memajukan semua sektor sekaligus. Yang terpenting dalam kebijakan tersebut adalah menghasilkan pemasukan bagi berjalannya operasional negara. Program-program ekonomi Park Chung Hee berfokus pada industri-industri yang berorientasi ekspor dan memerlukan alat-alat ringan atau sumber daya manusia, sehingga industri swasta mulai tumbuh di Korea Selatan. Hasil dari berjalannya kebijakan tersebut menyebabkan barang-barang hasil industri Korea Selatan mulai menyebar dalam pasar luar negeri dan pemasukan mulai mengalir ke Korea Selatan. Modal ekonomi yang telah terkumpul diinvestasikan untuk memulai diversifikasi ekonomi ke arah industri berat, seperti industri baja, perkapalan, dan elektronik. Hal inilah yang kemudian memunculkan para pengusaha kuat di Korea Selatan, seperti Hyundai, Samsung, LG, dan sebagainya. Para pengusaha inilah yang kemudian menjadi penggerak penyerapan tenaga kerja dan perbaikan ekonomi di masyarakat, sekaligus meletakkan dasar perekonomian yang baik bagi Korea Selatan. Kemiskinan juga merupakan salah satu pemicu bagi masyarakat

---

<sup>3</sup> Admin, *Memahami Kunci Kesuksesan Korea Selatan*, diakses dari <http://www.ui.ac.id/berita/memahami-kunci-kemajuan-korea-selatan.html>, pada tanggal 2 Juni 2018.

Korea untuk lebih peduli pada tingkat pendidikan generasi penerus, sehingga rata-rata saat ini masyarakat di Korea Selatan mengenyam pendidikan tinggi. Keinginan tinggi untuk pendidikan juga menjadi salah satu faktor kemajuan Korea Selatan. Sumber daya manusia yang berkualitas menyebabkan banyak orang-orang menduduki posisi yang tepat, baik di pemerintahan maupun masyarakat. Seorang pemimpin yang mempunyai visi, keinginan untuk maju melalui pendidikan, dan munculnya pengusaha-pengusaha muda dari negeri sendiri merupakan 3 kunci kesuksesan Korea Selatan dalam melaju di tengah kompetisi global saat ini.

Korea Selatan telah mengalami banyak transformasi sosial dan ekonomi secara drastis dengan gejolak politik yang besar. Kebudayaan merupakan salah satu yang mengalami transformasi drastis. Transformasi Kebudayaan yang dialami Korea Selatan terjadi dalam dua masa, yaitu masa *closed-door* dan masa *open-door*. *Closed-door* terjadi pada tahun 1963-1990, periode ini terjadi selama pemerintahan Park Chung Hee hingga pemerintahan Chun Doo Hwan. Selama periode *closed-door*, kebijakan budaya negara terutama bersifat politik. Kebijakan budaya digunakan pemerintah untuk mengendalikan masyarakat serta untuk melindungi warganya dari pengaruh asing.<sup>4</sup> Disisi lain ada ketakutan bahwa industri budaya asing, dengan modal dan teknologi mereka yang besar, dapat mengancam pasar domestik industri budaya Korea Selatan. Kebijakan yang mengatur tentang industri budaya Korea Selatan tertuang pada *Basic Press Act of 1980*, ini mengatur tentang salah satunya adalah "*Screen Time*" yang membatasi penayangan-penayangan yang melibatkan unsur budaya asing di dalamnya.<sup>5</sup> Kebijakan tersebut diberlakukan secara terus menerus sejak pemerintahan Park Chung Hee hingga pemerintahan Chun Doo Hwan, meskipun mengalami perbedaan dalam menjalankan implementasi dari kebijakan tersebut. Selama periode *closed-door*

---

<sup>4</sup> Park, M. S., *South Korea Cultural History between 1960 and 2012, Thesis*, (Sheffield: University of Sheffield, 2015), hlm. 76.

<sup>5</sup> Park, M. S. Op. Cit. hlm. 87.

tidak hanya melakukan pembatasan pada asing tetapi semua industri kebudayaan di Korea Selatan hanya dikuasai oleh pihak pemerintah untuk melakukan kepentingan politiknya, seperti propaganda yang dilakukan pemerintah untuk mengontrol masyarakat. Setelah periode *closed-door* berakhir, Korea Selatan memulai peralihan kebijakan kebudayaan menjadi *open-door*. Periode *open-door* dimulai sejak 1993 pada pemerintahan Kim Young Sam. Pada periode ini pemerintah Korea Selatan mulai menyadari faktor pendukung lain selain pemerintah penting bagi kemajuan industri kebudayaan di Korea Selatan. Dengan diberlakukannya sistem *open-door* ini pada mulanya bukan untuk membuka industri kebudayaan Korea Selatan pada asing, melainkan pemerintah mulai membuka peluang bagi *chaebol*<sup>6</sup> untuk ikut terlibat dalam industri kebudayaan Korea Selatan. Dengan tujuan tersebut pemerintahan Kim Young Sam membuat kebijakan *Motion Picture Promotion Law* (MPPL) pada tahun 1995 untuk mendukung industri film Domestik. MPPL juga memiliki beragam insentif keuangan termasuk, keringanan pajak untuk menarik modal *chaebol* ke dalam industri film.<sup>7</sup> Semenjak diberlakukannya MPPL ini, pendanaan *chaebol* mulai mengalir ke berbagai macam jenis, termasuk pembangunan bioskop dan produksi film Korea. *Chaebol* seperti Daewoo, Samsung, Hyundai, SKC, LG, dan Cheil-Jedang mulai berinvestasi dalam industry film.

Kemajuan Korea Selatan tidak hanya terbatas pada ekonomi, kebudayaan Korea Selatan juga mengalami kemajuan yang pesat di era global yang disebut dengan *hallyu* atau *Korean Wave*. Penyebaran *hallyu* ini diawali dengan kegemaran budaya pop Korea yang dimulai sekitar akhir 1990-an di RRT

---

<sup>6</sup> **Chaebol** (jɛ'-bəl), adalah istilah bahasa Korea untuk konglomerat, yang telah menjadi kekuatan ekonomi utama dalam ekonomi Korea Selatan dari berakhirnya Perang Korea sampai sekarang ini.

<sup>7</sup> Paquet, D., *New Korean Cinema Breaking the Wave*, (London: Wallflower, 2009), hlm. 54.

dan Asia Tenggara.<sup>8</sup> Dimulai setelah perilisan musik pop Korea di Tiongkok, kemudian serial televisi drama Korea juga mulai diputar di Tiongkok dan menyebar ke negara-negara lain seperti Hongkong, Vietnam, Thailand, Indonesia, Filipina, Amerika Serikat, Amerika Latin, dan Timur Tengah. Perkembangan *hallyu* saat ini diikuti dengan banyaknya perhatian pada produk Korea Selatan, seperti masakan, barang elektronik, musik, dan film. Gelombang Korea ini membawa kesadaran global pada berbagai aspek kebudayaan Korea Selatan termasuk film dan drama, K-pop, Bahasa Korea, dan masakan Korea.

Pemerintah Korea sangat mendukung dan memiliki peran dalam penyebaran *hallyu*. Dukungan tersebut diwujudkan dengan menghindari diri dari bertumpuknya dengan industri kebudayaan barat. Pemerintah menyarankan bahwa Korea sendirilah yang harus menciptakan produk-produk media massanya. Industri penyiaran Korea Selatan memiliki ketergantungan modal yang tinggi pada iklan dibandingkan dengan negara lain. Karena ketergantungan yang sangat besar terhadap iklan pemerintah Korea Selatan menganjurkan agar tetap menggunakan produk-produk dalam negeri yang digunakan sebagai iklan dalam k-drama, k-movie, maupun dalam variety show di Korea Selatan. Karena hal tersebut, pemerintah kemudian menetapkan kebijakan yang mengatur PPL (*Product Placement*) dalam Broadcasting Act.<sup>9</sup> PPL (*Product Placement*) adalah strategi pengiklanan yang menampilkan produk atau merek tertentu dalam saluran televisi publik, film, atau media digital lainnya yang bertujuan untuk meningkatkan ingatan akan merek dan secara singkat dapat mempermudah dalam pengenalan suatu produk di suatu lokasi

---

<sup>8</sup> Korean Culture and Information Service, *Passport to Korean Culture*, (Seoul: Ministry of Culture, Sports and Tourism, 2010), hlm. 46-53.

<sup>9</sup> Korea Communications Commission, *Broadcasting Act*, diakses dari <http://www.moleg.go.kr/english/korLawEng?pstSeq=47559>, pada tanggal 2 Juni 2018.

pembelian.<sup>10</sup> Awalnya kebijakan yang ditetapkan oleh pemerintah melarang sponsor untuk mengekspose logo atau merek suatu produk secara langsung di layar televisi di Korea Selatan, meskipun begitu para aktor tetap dapat menggunakan sebuah produk generik di televisi tetapi logo produk harus disembunyikan.

Dalam kasus ini, PPL dilarang hingga tahun 2009, tetapi secara substansial telah diberlakukan dari sistem pemberitahuan sponsor. Pemerintah Korea Selatan secara bertahap mengurangi pembatasan pada iklan dan melegalkan PPL pada tahun 2010. Dalam Broadcasting Act Korea, ketentuan terkait PPL dibuat pada tahun 2009, dan diberlakukan pada tahun 2010. Korea Broadcast Advertising Corporation (KOBACO) mengklasifikasikan iklan tidak langsung ke dalam 5 tingkat: 'jika merek tersebut diekspos', 'jika produk tersebut diekspos', 'jika produk tersebut diekspos oleh aktor pendukung', 'jika produk dipaparkan oleh aktor utama', dan 'jika keefektifan produk dan merek pada alur cerita'. Dengan ini menjelaskan bahwa iklan tidak langsung memiliki keefektifan yang berbeda tergantung pada tingkat paparan dan jenis ekspresi.<sup>11</sup> Saat ini level paparan untuk iklan tidak langsung diklasifikasikan menjadi tiga tingkat 'jika merek atau produk hanya ditempatkan', 'jika karakter berinteraksi dengan produk', dan 'jika merek atau produk terkait dengan alur cerita'.

Dengan melakukan legalisasi terhadap metode PPL untuk melakukan iklan pada produk dalam industri kebudayaan di Korea Selatan, menjadikan metode PPL berkembang dengan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Perubahan kebijakan terhadap PPL banyak mengundang perusahaan asing untuk

---

<sup>10</sup> Kristanto, H., & Brahmana, R. K. M. R., Pengaruh Product Placement pada Film Indonesia Terhadap Brand Awareness dan Purchase Intention Masyarakat Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 10, No. 1, April 2016, hlm. 20.

<sup>11</sup> Kim, K. H., Analysis of Recent Trends of TV Ads: a Case of Korean Market, *Thesis*, (Seoul: KDI School of Public Policy and Management, 2009).

melakukan investasi dalam industri kebudayaan di Korea Selatan. Yang sebelumnya Korea Selatan sangat membatasi adanya produk selain dari perusahaan Korea Selatan untuk bisa masuk ke dalam industri kebudayaan dengan melakukan pengiklanan menggunakan PPL, ini menyebabkan terbukanya peluang yang sangat lebar bagi perusahaan-perusahaan asing untuk dapat melakukan pemasaran melalui PPL dalam industri kebudayaan Korea Selatan. Karena seperti yang diketahui industri kebudayaan Korea Selatan sangat pesat kemajuannya dan memiliki peminat yang sangat besar di seluruh dunia, dengan artian bila suatu produk muncul pada sebuah tayangan Korea Selatan maka produk tersebut akan secara otomatis terpasarkan keseluruh belahan dunia. Ini menjadikan target dari PPL tersebut tidak hanya berlaku dalam domestik Korea Selatan saja. Pemasaran yang mengglobal ini sangat memberikan pengaruh kepada Korea Selatan sebagai penyedia fasilitas untuk melakukan pemasaran sehingga perusahaan dapat memasarkan produknya sebagai bentuk investasinya.



*Gambar 1. Tokoh utama sedang berbelanja di Miniso*

*Sumber: Google.com*

Dengan adanya fenomena baru tersebut, banyak perusahaan-perusahaan asing yang masuk dalam industri kebudayaan Korea Selatan melalui tayangan, seperti film, drama, maupun variety show. Dalam salah satu tayangan drama yang berjudul Goblin (Gambar 1) terdapat banyak sponsor asing yang

melakukan pengiklanan, seperti Subway, The Body Shop, Air Canada, Fairmont, Destination Canada, Baskin Robins, Miniso Japan, Canon, dan masih banyak lagi. Dapat terlihat dalam satu tayangan drama ada lebih dari satu sponsor asing yang melakukan pengiklanan. Pengiklanan yang dilakukan dalam sebuah tayangan Korea Selatan dinilai sangat efektif, karena perkembangan *hallyu* sangat pesat di seluruh dunia, sehingga banyak tayangan-tayangan yang berasal dari Korea Selatan mempunyai peminat yang sangat besar. Karena besarnya peminat akan tayangan Korea Selatan, banyak dari peminat tersebut menirukan segala hal yang telah masyarakat konsumsi dari sebuah tayangan mulai dari perilaku, makanan, gaya berbusana, hingga barang-barang apa saja yang digunakan oleh para aktor dalam sebuah tayangan. Semakin populernya sebuah tayangan semakin besar pasar yang akan didapatkan.

Dengan demikian PPL menjadi isu yang penting bagi Korea Selatan, selain itu PPL juga masih menjadi isu yang kontroversial di Korea Selatan. Saat ini pasar PPL di Korea Selatan terus bertumbuh pesat dengan semakin mengglobalnya industri kebudayaan yang sangat diunggulkan oleh Korea Selatan.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas, maka penulis mengajukan rumusan masalah dalam penelitian ini:

**“Bagaimana pengaruh legalisasi *product placement* bagi perusahaan asing dalam industri kebudayaan Korea Selatan terhadap peningkatan penanaman modal asing di Korea Selatan?”**



## C. KERANGKA TEORITIK

### 1. Konsep Globalisasi

Globalisasi merupakan konsep multidimensi yang menggambarkan dua fenomena, yaitu (a) meningkatnya integrasi ekonomi, komunikasi, dan budaya melintasi batas negara; dan (b) berkurangnya peran negara dalam mengendalikan proses integrasi tersebut.<sup>12</sup>

Dalam studi hubungan internasional terdapat tiga pendekatan utama yang sering digunakan untuk menjelaskan fenomena globalisasi.<sup>13</sup> *Neo-liberal* memandang globalisasi akan mendatangkan keuntungan (*mutual benefit*) karena globalisasi dikendalikan oleh motif untuk mendatangkan keuntungan. *Neo-liberal* menitikberatkan pada aspek ekonomi khususnya perdagangan bebas (*free trade*). Sebaliknya *Marxist* memiliki pandangan hubungan ekonomi dalam konteks globalisasi merupakan eksploitasi yang didasarkan pada perebutan pengaruh dan kekuasaan. Globalisasi dikendalikan oleh motif untuk mendapatkan kekuasaan negara-negara berkembang menjadi pihak yang tidak diuntungkan karena menjadi objek eksploitasi negara maju. *Agency-centered approach*, hubungan ekonomi dapat menghasilkan dampak negatif atau positif bergantung pada regulasi politik yang mengatur hubungan tersebut. Pada saat yang bersamaan globalisasi mendatangkan kesempatan serta tantangan bagi negara-negara berkembang dan kesiapan negara-negara berkembang merupakan faktor yang menentukan dampak yang akan mereka terima. *Agency-centered approach* juga berpandangan bahwa globalisasi dikendalikan oleh proses politik yang kompleks yang berlangsung di berbagai tingkatan.

---

<sup>12</sup> Ashari, K., *Kamus Hubungan Internasional*, (Bandung: Nuansa Cendika, 2015), hlm. 209.

<sup>13</sup> Ibid.

Globalisasi merupakan proses pertumbuhan dan perkembangan kegiatan ekonomi yang melintasi batas. Ini terlihat dari pergerakan informasi, jasa, modal, tenaga kerja, dan barang melalui perdagangan dan investasi. Scholte melihat globalisasi dari beberapa definisi, yaitu:<sup>14</sup>

- (1) *Internasionalisasi*. Globalisasi merupakan peningkatan aktivitas hubungan internasional. Meskipun masing-masing negara masih mempertahankan identitasnya, tetapi menjadi semakin bergantung satu sama lain.
- (2) *Liberalisasi*. Globalisasi, semakin berkurangnya batas-batas negara.
- (3) *Universalisasi*. Meluasnya penyebaran material dan immaterial ke seluruh belahan dunia. Pengalaman pada satu tempat dapat menjadi pengalaman di seluruh dunia.
- (4) *Westernisasi*. Satu bentuk dari universalisasi, dimana semakin luasnya penyebaran kebudayaan dan cara berfikir sehingga berpengaruh secara global.
- (5) *Hubungan transplanetari dan suprateritorialiti*, pada empat definisi pertama, masing-masing negara masih mempertahankan status ontologinya. Pada pengertian ini, dunia global memiliki ontologinya sendiri, bukan hanya sekedar gabungan dari negara-negara.

Di dalam *Global Transformation*, David Held mendefinisikan globalisasi sebagai:

“Meski dalam artian paling sederhananya globalisasi mengacu pada pelebaran, pendalaman, dan percepatan interkoneksi global, definisi semacam itu perlu dijelaskan lebih jauh lagi. ...

---

<sup>14</sup> Scholte, J. A., *Globalization: A Critical Introduction 2<sup>nd</sup> Edition*, (Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2005).

Globalisasi dapat ditempatkan di dalam satu kontinum bersama lokal, nasional, dan regional. Di satu ujung kontinum, terdapat hubungan dan jaringan sosial dan ekonomi yang berbasis lokal dan/atau nasional; di ujung lain, terdapat hubungan dan jaringan sosial dan ekonomi yang menguat pada skala interaksi regional dan global. Globalisasi dapat merujuk pada proses perubahan ruang-waktu yang menopang transformasi susunan kehidupan manusia dengan menghubungkan sekaligus memperluas aktivitas manusia melintasi wilayah dan benua. Tanpa melihat kaitan keruangan seperti itu, istilah ini takkan bisa dirumuskan secara jelas atau runtun. ... Definisi globalisasi yang tepat harus bisa mencakup elemen-elemen berikut: jangkauan, intensitas, kecepatan, dan pengaruh.<sup>15</sup>

Dalam permasalahan ini globalisasi memiliki peranan yang besar terhadap penyebaran *hallyu* Korea Selatan, karena globalisasi merupakan suatu proses kegiatan yang berpengaruh terhadap seluruh bagian dunia, dengan melibatkan banyak orang yang heterogen, tetapi memiliki kebutuhan yang sama. Selain itu globalisasi ditandai dengan semakin tajamnya persaingan, menguatnya komunikasi, tidak terbatasnya informasi, dan keterbukaan. Meskipun begitu dengan adanya globalisasi membantu Korea Selatan dalam menyebarkan *hallyu* ke berbagai belahan dunia. Kesuksesan Korea Selatan dalam menyebarkan kebudayaannya membuat banyaknya peminat akan budaya Korea Selatan. Akibat dari banyaknya peminat akan budaya Korea Selatan, membuat industri kebudayaan Korea Selatan menjadi tempat yang strategis dalam bidang pemasa-

---

<sup>15</sup> Goldblatt, D., Perraton, J., Held, D., Anthony, A., & McGrew, A. G., *Global Transformations: Politics, Economics and Culture*, (Cambridge: Polity Press, 2006), hlm. 515.

ran sebuah produk, dimana akan lebih banyak menarik konsumen dibandingkan dengan pemasaran yang dilakukan secara konvensional.

## 2. Konsep Hegemoni Budaya

Hegemoni dalam bahasa Yunani disebut *eugemonia*, awalnya digunakan untuk merujuk pada dominasi kepemimpinan suatu negara-kota Yunani terhadap negara-kota lain. Antonio Gramsci mengembangkan makna awal tersebut dengan merujuk pada dominasi suatu kelas sosial dalam masyarakat melalui hegemoni budaya.<sup>16</sup> Dalam hubungan internasional, *hegemon* (pemimpin) menentukan politik negara yang dikuasainya melalui hegemoni budaya, seperti bahasa dan birokrasi untuk memformalkan dominasinya.

Hegemoni budaya merupakan dominasi terhadap masyarakat dengan keragaman budaya oleh kelas penguasa yang membentuk budaya masyarakat tersebut dari sisi keyakinan, persepsi, nilai-nilai, dan adat istiadat, sehingga membuat pandangan kelompok tertentu norma atau budaya tersebut menjadi hal umum dengan adanya paksaan. Norma umum yang terbentuk ini kemudian menjadi ideologi dominan yang sah secara universal dan membenarkan status quo di bidang sosial, politik, dan ekonomi sebagai sesuatu yang alami, abadi dan tak terelakkan.<sup>17</sup>

Dalam kehidupan ini kebudayaan merupakan bagian dari sebuah identitas negara, maka dari itu tak dapat dipungkiri bahwa kebudayaan dan bidang lain saling berkaitan. Michel Foucault menjelaskan bahwa kekuasaan selalu muncul karena

---

<sup>16</sup> Holsti, K. J., *The Dividing Discipline: Hegemoni and Diversity in International Theory*. (Crows Nest: Allen & Uwin, 1985).

<sup>17</sup> Bullock, A., Trombley, S., & Lawrie, A., *The New Fontana Dictionary of Modern Thought*, (New York: HarperCollins, 2000), hlm. 387.

adanya pengetahuan, begitu pula sebaliknya, maka ketidaktahuan dalam kebudayaan pada akhirnya akan membuat ketidaktahuan dalam bidang lain.<sup>18</sup>

Dalam hal ini Korea Selatan berhasil membuat masyarakat dunia berupaya untuk mencapai konsensus sesuai dengan ideologi yang dihegemonikan Korea Selatan pada tatanan sosial dunia. Konsensus tersebut berupa kehidupan yang kita jalani harus sesuai dengan budaya yang mendominasi. Globalisasi membawa Korea Selatan sebagai saingan bagi Amerika dalam hal kebudayaan, hal ini sejalan dengan kemajuan industri kebudayaan dan stabilnya ekonomi Korea Selatan.

### 3. Teori Imperialisme Budaya

Imperialisme budaya merupakan hegemoni ekonomi, teknologi, budaya dari negara-negara industri yang menentukan arah kemajuan ekonomi dan sosial serta mendefinisikan nilai-nilai budaya di dunia.<sup>19</sup> Dimana dunia menjadi pasar budaya karena memiliki kesamaan mode, musik, dan pengetahuan yang diproduksi, dijual, dan dibeli. Selain itu, juga terdapat kesamaan pada keyakinan politik, ideologi, pandangan mengenai kecantikan dan makanan di dunia.<sup>20</sup>

Herbert Schille menyatakan bahwa negara-negara barat mendominasi media di dunia sehingga memiliki efek powerful pada budaya Dunia Ketiga dengan cara memaksa mereka dengan pandangan-pandangan barat sehingga menghancurkan budaya asli mereka.<sup>21</sup> Media seperti film, animasi, series, berita, maupun komik, mayoritas merupakan hasil produksi

---

<sup>18</sup> Foucault, M., *Power/Knowledge: Selected Interviews and Other Writings 1972-1977*, (New York: Pantheon Books, 1980), hlm. 52.

<sup>19</sup> Sarmela, M., *What is Cultural Imperialism?*, diakses dari <http://www.kotikone.fi/matti.sarmela/indexEngl.html>, pada tanggal 2 November 2018.

<sup>20</sup> Ibid

<sup>21</sup> Schiller, H., *Communication and cultural domination*, (New York: M. E. Sharpe, 1976), hlm. 9-10.

dari negara Barat. Negara Barat dapat melakukan hal itu karena mereka mempunyai uang untuk memproduksinya, sedangkan negara Dunia Ketiga hanya bisa membeli produksi-produksi tersebut karena lebih murah dibandingkan dengan memproduksinya sendiri. Oleh sebab itu, negara Dunia Ketiga mengkonsumsi tontonan media yang berisi cara hidup, kepercayaan, dan pemikiran Barat, sehingga masyarakat negara Dunia Ketiga mulai melakukan hal yang sama dengan apa yang telah mereka konsumsi dari sebuah tontonan yang akhirnya akan menyebabkan kerusakan budaya mereka sendiri.

Downing dan Sreberny Mohammad menyatakan, imperialism adalah penaklukan dan penguasaan satu negara oleh negara lain yang lebih kuat. Imperialism budaya menandakan dimensi dari proses yang melampaui eksploitasi ekonomi atau kekuatan militer. Dalam sejarah kolonialisme, sistem pendidikan dan media dari banyak negara Dunia Ketiga telah dibentuk sebagai replika dari masyarakat di Inggris, Perancis, atau Amerika Serikat dan membawa nilai-nilai mereka. Iklan telah membuat terobosan lebih lanjut, mereka memiliki gaya yang tegas dan kuat, sering kali membawa pesan bahwa budaya barat lebih unggul dari budaya Dunia Ketiga.<sup>22</sup>

Imperialisme budaya saat ini tidak lagi hanya didominasi oleh kebudayaan negara Barat. Korea Selatan telah menunjukkan pencapaiannya pada dunia melalui kemajuan industri kebudayaannya. Budaya negara Barat saat ini telah tergeser dengan kebudayaan Korea Selatan, dimana saat ini industri kebudayaan Korea Selatan sangat digandrungi oleh masyarakat di seluruh dunia. Korea Selatan sangat aktif dalam penyebaran kebudayaannya, dengan begitu masyarakat dunia akan menganggap bahwa budaya Korea dapat diterima sebagai

---

<sup>22</sup> Downing, J., Downing, J. D. H., Mohammadi, A., & Sreberny, A., *Questioning the Media: A Critical Introduction*, (California: SAGE, 1995), hlm. 482.

budaya umum karena telah masuk sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari dalam masyarakat, sehingga dapat menggeser kebudayaan asli dari suatu negara tersebut.

#### **D. HIPOTESA**

Dengan mengacu pada teori diatas, dihasilkan hipotesa sebagai berikut, Pengaruh legalisasi *product placement* bagi perusahaan asing dalam industri kebudayaan Korea Selatan terhadap perekonomian Korea Selatan, yaitu:

Semakin besarnya pengaruh industri kebudayaan Korea Selatan pada masyarakat internasional, semakin luas juga pasar yang akan dihasilkan oleh industri kebudayaan Korea Selatan, dan berdampak pada peningkatan penanaman modal asing di Korea Selatan.

#### **E. BATASAN PENELITIAN**

Adapun penelitian pada penulisan skripsi ini membahas bagaimana pengaruh legalisasi *product placement* bagi perusahaan asing pada industri kebudayaan Korea Selatan terhadap penanaman modal asing yang ada di Korea Selatan. Pada penelitian ini penulis hanya berfokus pada peningkatan penanaman modal asing yang disebabkan oleh sektor industri kebudayaan Korea Selatan, seperti: drama, film, dan variety show di Korea Selatan.

Penelitian kali ini penulis meneliti tentang pengaruh legalisasi *product placement* bagi perusahaan asing yang dapat meningkatkan penanaman modal asing di Korea Selatan serta menyebarkan pengaruhnya di dunia. Perubahan ini menjadikan media komunikasi massa menjadi salah satu penyumbang pemasukan ekonomi yang besar di Korea Selatan.

## **F. SISTEMATIKA PENULISAN**

- Bab I : Pada bab ini penulis akan membahas tentang pendahuluan yang didalamnya terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, kerangka pemikiran, hipotesa, jangkauan penelitian dan sistematika penulisan.
- Bab II : Pada bab ini penulis akan membahas tentang perkembangan industri kebudayaan Korea Selatan serta pengaruhnya di dunia.
- Bab III : Pada bab ini penulis akan membahas tentang peningkatan PMA di Korea Selatan setelah melakukan legalisasi *product placement* bagi asing.
- Bab IV : Pada bab ini penulis akan membahas tentang kesimpulan