

# Representasi Imperialisme Budaya Amerika Dalam *Music Video I Got A Boy*

Mega Monica Febiola, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya  
*mmfebiola@gmail.com*

## Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana imperialisme budaya Amerika direpresentasikan dalam music video *I Got A Boy*. Dengan tema hip hop, *I Got A Boy* ingin memperlihatkan bagaimana Amerika menyebarkan hegemoni budayanya melewati media massa negara lain dengan sudut pandang Korea Selatan. Penelitian yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Metode yang digunakan adalah semiotika berdasarkan kode-kode televisi John Fiske. Perempuan cantik ideal Amerika direpresentasikan dalam music video ini mirip dengan sosok Barbie yang memiliki bentuk badan langsing dan berkulit putih. Sehingga menyebabkan perempuan Korea memiliki bentuk badan sama dengan penggambaran Barbie dan maraknya operasi plastik dan sedot lemak di Korea. Kemudian karena sering terpapar dengan kebudayaan Amerika, menyebabkan budaya Korea terkikis dan tergantikan dengan nilai – nilai yang dibawa oleh budaya Amerika. Korea juga direpresentasikan lebih menyukai budaya populer Amerika sehingga memperlihatkan kekuatan hegemonisasi budaya Amerika .

**Kata Kunci:** Representasi, Imperialisme budaya, Budaya Amerika, *Music Video, I Got A Boy*

## Pendahuluan

Salah satu budaya asing yang sering kita jumpai di televisi nasional maupun media online (internet) adalah yang mengandung unsur – unsur kebudayaan Korea Selatan. Melalui televisi atau media online, kita dapat menjumpai drama Korea, Video Music dari Boyband, girlband hingga soloist dari Korea, hingga program televisi hiburan Korea seperti *Running Man*. Banyaknya minat masyarakat terhadap kebudayaan Korea ini tidak lepas dari pengaruh penyebaran kebudayaan melalui televisi. Kebudayaan Korea ini merupakan salah satu produk budaya populer yang penyebarannya dikarenakan globalisasi.

K-pop merupakan salah satu jenis musik pop Korea Selatan yang mengung musik pop dan dipadukan gerakan dance yang dinamis dalam music videonya (Nastiti,2010). Music Video Korea saat ini menjadi sorotan masyarakat. Ini terbukti dengan setiap bulannya *Billboard.com* mengeluarkan daftar music video yang paling banyak ditonton di Amerika dan seluruh dunia. Melalui *liputan6.com* dijelaskan bahwa *Billboard* adalah chart musik Amerika yang menjadi tolak ukur kualitas industri musik di dunia musik (Wibisono, 2016, p. 1).

Dalam penelitian sebelumnya, William Tuk mengungkapkan bahwa saat ini musik Korea semakin kehilangan identitasnya. Musik Korea lebih terlihat meniru musik pop Amerika. Elemen – elemen yang menunjukkan Bila diperhatikan secara seksama, *Korean Wave* memiliki identitas Asia yang melekat di berbagai bidang industrinya namun kita juga dapat menemukan style *Hollywood* yang dapat diterima oleh masyarakat internasional pula.

Melalui respondennya, Tuk mempelajari bahwa orang – orang Korea menyadari bahwa musik mereka tidak orisinal, namun mereka juga dapat mendengarkan beberapa elemen Korea didalam musik tersebut. Salah seorang responden Korea yang di tanyai oleh Tuk mengatakan bahwa ia tidak merasa musik Kpop terlalu kebarat –baratan, mereka memiliki jenis musik sendiri. Lain responden, lain pendapat. Responden Tuk adalah seorang wanita Korea yang tinggal di Amerika mengatakan bahwa (Tuk, 2012 ,p. 42) :

*“I did not even realize Korean music was Americanized, until my American boyfriend came here and told me. I thought they were just ours. But he said “you guys just seem to follow what Americans do. Where is your traditional stuff?” This made me think that we are too westernized to realize where our traditional stuff has gone to.”*

*Girls Generation* adalah salah satu *girlband* terpopuler di tingkat nasional Korea maupun Internasional. Pada tahun 2011, *Girls Generation* mengeluarkan *maxi single* berbahasa Inggris sebagai debut Internasional pertamanya yang berjudul *The Boys*. Single ini dirilis di Amerika dibawah naungan Interscope pada 21 Desember 2011. Setelah *dirilisnya maxi single The Boys*, nama *Girls Generation* semakin di kenal, khususnya dikalangan masyarakat Amerika. Hal ini terbukti dengan penampilan *Girls Generation* pada dua *talk show* Amerika, *Late Show with David Letterman* dan *Live! With Kelly and Michael* pada tanggal 31 Januari 2012 dan 1 Februari 2012.

Setelah sukses dengan *music video The Boys*, *Girls Generation* kembali mengeluarkan *music video* pada tahun 2013 yang berjudul *I Got A Boy* dalam bahasa Korea. Dalam *music video* ini, terdapat beberapa ikon yang menggambarkan Amerika. seperti yang dilansir dalam artikel yang berjudul “*Girls Generation (SNSD) Reveals 180 Degree Change With ‘I Got a Boy’ MV*” oleh Kpopstarz.com mengatakan bahwa konsep yang digunakan dalam *music video* ini adalah Hip-Hop (Kpopstarz, 2013, p. 1). Hip-hop adalah salah satu kultur Amerika yang tercipta oleh kaum imigran *African-American* yang bermukim di daerah Bronx sekitar tahun 1970-an (Price, 2006, p.1).

Music Video ini dikabarkan sebagai salah satu *music video* K-Pop yang paling tunggu setelah keberhasilan *Girls Generation* pada *music video* sebelumnya, yaitu *The Boys*. *Music video* dengan ganre musik dengan tempo cepat ini rilis pada 1 Januari 2013, pukul 00.00 KST dan langsung menyandang predikat sebagai *music video K-pop* yang paling cepat ditonton, dengan 20 juta penonton dalam kurun waktu 125 jam sejak *music video* ini dikeluarkan melalui Youtube yang diunggah dengan akun SM Entertainment.

Hingga saat ini, video music I Got A Boy adalah video music K-pop penyanyi group perempuan yang masih mendapatkan predikat sebagai music video yang paling banyak ditonton. Video dengan durasi 5 menit 4 detik ini memiliki seorang koreografer asal Amerika, yaitu Tabitha dan Napoleon D'umo atau yang sering dipanggil Nappytab.

## Tinjauan Pustaka

### Representasi

Representasi adalah sesuatu yang merujuk pada proses yang dengan adanya realitas disampaikan dalam komunikasi, via kata-kata, bunyi, citra, atau kombinasinya (Fiske, 2007, p.282). Representasi dapat dilihat dari sebuah teks yang didalamnya berisi tentang semua bentuk bahasa, tidak hanya kata-kata yang terdapat dalam lembaran kertas tetapi juga semua jenis ekspresi komunikasi, ucapan, musik, gambar, efek suara, citra, dan lain-lain (Sobur, 2006, p. 56).

Menurut Eriyanto, dua hal penting yang berkaitan dengan representasi adalah bagaimana seseorang, kelompok atau gagasan ditampilkan sesuai dengan fakta yang ada atau memiliki kecenderungan lain yang hanya menampilkan sisi buruk seseorang atau kelompok tertentu dalam pemberitaan sehingga menimbulkan kesan meminggirkan. Menurut John Fiske, ada tiga proses yang dihadapi pada saat menampilkan objek, peristiwa, gagasan, kelompok, atau seseorang yaitu (Eriyanto, 2001, p. 114-116) :

1. Level pertama Level Realitas  
Peristiwa ditandakan (encode) sebagai realitas dengan melihat bagaimana peristiwa itu dikonstruksikan oleh media sebagai realitas itu sendiri. Pada level ini (dalam bahasa gambar) umumnya berhubungan dengan aspek seperti pakaian, lingkungan, ucapan dan ekspresi.
2. Level kedua : Level Representasi  
Kita memandang sesuatu sebagai realitas dan ingin melihat bagaimana realitas itu digambarkan dengan menggunakan perangkat secara teknis. Alat teknis yang digunakan dalam bahasa tulis seperti kalimat atau proposisi, grafik dan sebagainya sedangkan dalam bahasa gambar seperti kamera, pencahayaan, editing atau musik. Pemakaian alat-alat teknis ini membawa makna tertentu ketika diterima khalayak.
3. Level ketiga : Level Ideologi  
Dalam level ini, peristiwa diorganisir ke dalam konvensi-konvensi yang diterima secara ideologis sedangkan kode-kode representasi dihubungkan dan diorganisasikan ke dalam koherensi sosial seperti kelas sosial atau kepercayaan dominan yang ada dalam masyarakat (patriarki, materialisme, kapitalisme dan lainnya). Pada saat melakukan representasi tidak dapat terlepas dari ideologi

### Imperialisme Budaya Amerika

Teori imperialisme budaya adalah teori yang diperkenalkan oleh Herb Schiller pada tahun 1973. Teori ini mengatakan bahwa negara – negara barat mendominasi media di negara dunia ketiga sehingga menimbulkan efek yang begitu besar dan

mempengaruhi budaya di negara dunia ketiga. Efek utama yang ditimbulkan oleh imperialisme budaya adalah hilangnya budaya asli di negara dunia ketiga (Schiller, 1973). Secara ringkas Baran mengungkapkan imperialisme budaya merupakan invasi dari negara – negara asing yang powerful terhadap suatu kultur masyarakat asli atau pribumi melalui media massa (Baran, 2004, p. 521).

Secara ontologi, teori ini mengasumsikan bahwa manusia tidak memiliki kebebasan untuk memilih bagaimana mereka merasa, bertindak, berpikir, dan hidup. Mereka memberi reaksi pada apa yang mereka lihat di televisi karena tidak ada sesuatu yang lain yang dapat dibandingkan dengan kehidupan mereka. Secara epistemologi, teori ini menjelaskan bahwa tidak ada satupun kebenaran dan tidak mengapa jika kebenaran tidak akan berubah. Selama negara dunia ketiga terus menerus dipaparkan pada program peradapan barat, negara tersebut akan selalu percaya mereka seharusnya bertindak, merasa, berpikir, dan hidup seperti tindakan, perasaan, fikiran, dan kehidupan peradapan barat (Rumyeni, 2012, p.37)

Secara deskriptif Cess Hamelink (dalam Malik, 2014, p.5) menggambarkan bahwa imperialisme adalah hilangnya identitas lokal berupa adat istiadat, pakaian, musik, cita rasa dan gaya hidup setempat yang digantikan oleh semua yang serba Amerika akibat serbuan media mereka. Imperialisme media merupakan bentuk baru penjajahan melalui media. Tanpa disadari media telah memperkenalkan nilai – nilai barat dan melunturkan nilai – nilai tradisional budaya lokal.

### **Semiotika**

Peneliti menggunakan semiotika karena “film itu sendiri dibangun dari banyak tanda” (Sobur, 2006, p. 128). Semiotika mempunyai tiga bidang studi utama (Fiske, 2007, p.60) :

1. Tanda itu sendiri. Hal ini terdiri atas studi tentang berbagai tanda yang berbeda, cara tanda-tanda yang berbeda itu dalam menyampaikan makna, dan cara tanda-tanda itu terkait dengan manusia yang menggunakannya. Tanda adalah konstruksi manusia dan hanya bisa dipahami dalam artian manusia yang menggunakannya.
2. Kode atau sistem yang mengorganisasikan tanda. Studi ini mencakup cara berbagai kode dilambangkan guna memenuhi kebutuhan suatu masyarakat atau budaya untuk mengeksploitasi saluran komunikasi yang tersedia dan mentransmisikannya.
3. Kebudayaan tempat tanda dan kode bekerja. Ini pada gilirannya bergantung pada penggunaan kode-kode dan tanda-tanda itu untuk keberadaan dan bentuknya sendiri. Silahkan menuliskan sub tinjauan pustaka yang merupakan konsep primer atau yang utama di dalam penelitian Anda. Anda tidak perlu memasukkan kerangka berpikir.

## Kode – Kode Televisi John Fiske

Television Codes atau kode-kode televisi adalah teori yang dikemukakan oleh John Fiske. Teori ini menyatakan bahwa peristiwa yang dinyatakan telah diencode oleh kode-kode sosial adalah sebagai berikut:

1. Level pertama adalah Realitas (*Reality*).  
Kode sosial yang termasuk di dalamnya adalah *appearance* (penampilan), *dress* (kostum), *make-up* (riasan), *environment* (lingkungan), *behavior* (kelakuan), *speech* (dialog), *gesture* (gerakan), *expression* (ekspresi), *sound* (suara).
2. Level kedua adalah Representasi (*Representation*).  
Kode sosial yang termasuk di dalamnya adalah *camera movement* (kerja kamera), *lighting* (pencahayaan), *editing* (perevisian), *music* (musik), dan *sound* (musik).
3. Level ketiga adalah Ideologi (*Ideology*).  
Kode sosial yang termasuk di dalamnya adalah *individualism* (individualisme), *patriarchy* (patriarki), *race* (ras), *class* (kelas), *materialism* (materialisme), *capitalism* (kapitalisme).

## Metode

### Konseptualisasi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah metode semiotika milik John Fiske. Menurut John Fiske, semiotika memiliki tiga bidang studi utama yang menjadi area penting yaitu, tanda itu sendiri, kode atau sistem yang mengorganisir tanda dan kebudayaan tempat kode dan tanda bekerja (Sobur, 2009, p. 94-95). Semiotika mempunyai tiga bidang studi utama, yaitu tanda itu sendiri, kode atau sistem yang mengorganisasikan tanda, dan kebudayaan tempat kode dan tanda bekerja. Kode-kode tersebut akan diteliti dalam tiga level, level realitas, level representasi, dan level ideologi.

### Subjek Penelitian

Dalam meneliti “representasi imperialisme budaya Amerika dalam *music video I Got A Boy* yang menjadi subjek penelitian adalah *music video I Got A Boy*. Sedangkan objek dari penelitian ini adalah representasi budaya Amerika dalam *music video “Girls Generation” I Got A Boy*

### Analisis Data

Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian berikut adalah mendefinisikan objek, mengumpulkan teks, menjelaskan teks, menafsirkan teks, menjelaskan kode-kode kultural, generalisasi, dan membuat kesimpulan (Stokes, 2007, p.80).

## Temuan Data

Temuan data dalam penelitian ini, peneliti bagi menjadi 2 bagian, yaitu level realitas dan level representasi dalam *Music Video I Got A Boy* dan level ideologi dalam *Music Video I Got A Boy*.

### Level Realitas dan Level Representasi dalam *Music Video I Got A Boy*

peneliti menemukan tanda – tanda adanya pergeseran budaya asli Korea dengan budaya Amerika. Hal ini terlihat melalui standart kecantikan Amerika yang di gunakan dalam *music video* ini



Gambar 1. *Girls Generation* di dalam kamar

*Girls Generation* digambarkan sebagai perempuan Korea yang memiliki kecantikan Amerika yang ideal dan hidup dalam dunia yang modern. Hal ini ditunjukkan melalui level realitas dengan kode appearance (penampilan). Kesembilan anggota *Girls Generation* memiliki bentuk badan yang langsing dan putih. Bentuk penampilan seperti ini mirip dengan penampilan Barbie. Barbie dikonstruksikan sebagai perempuan muda yang sangat sempurna; rambut yang indah; kaki yang jenjang; payudara yang sempurna; kulit yang putih; pinggang yang langsing; dan merupakan ikon Amerika dalam bidang kecantikan (Saborio, 2012, p.1).

Selain itu juga dalam beberapa *scene* yang ditunjukkan dalam *music video* ini, terlihat adanya gaya hidup bebas seperti saat Yoona duduk bersama dengan seorang pria dalam satu ruangan. Didalam *scene* tersebut Yoona terlihat mengenakan rok dengan simbol bendera Amerika. Pakaian dapat memberikan gambaran bagaimana personaliti anda, nilai yang anda pegang, dan harga diri anda (Walsh, 2016, p.19). Bendera merupakan salah satu simbol dari sebuah negara dan Amerika dikenal dengan gaya hidup yang individualis dan liberal. Penggambaran ini Hal ini tentu berbeda dengan budaya Korea yang masih terikat dengan paham – paham budaya Timur.

Korea juga memiliki aturan sendiri mengenai aturan lawan jenis. Perempuan Korea sejak umur tujuh tahun dilarang duduk bersama dengan seorang pria di dalam satu ruangan (Kim, 2005,p.28). Hal ini menggambarkan bahwa budaya Korea yang dimiliki oleh Yoona sudah luntur dan digantikan dengan budaya barat.

## Level Ideologi dalam *Music Video I Got A Boy*

Imperialisme budaya merupakan hal yang ingin disampaikan dalam *music video "I Got a Boy"* ini. Dalam bukunya yang berjudul *Media Society, Industries, Images and Audience*, Croteau (2000, p. 364) mengatakan bahwa imperialisme budaya dipahami sebagai produk media barat yang begitu dominan terhadap budaya suatu bangsa sehingga mempengaruhi budaya bangsa lain. Dalam hal ini nilai dan citra masyarakat barat ada dalam produk media yang diproduksi oleh korporasi mereka. Dalam *music video "I Got a Boy"*, budaya dan gaya hidup Amerika ada didalamnya. *Music video* ini memberikan penggambaran perempuan Korea modern yang hidup dengan "kedok" modernitas. Sehingga kesan Amerikanisasi tertampang nyata dalam *music video* ini.

Hegemoni Amerikanisasi terbentuk karena adanya budaya populer yang menyebar melalui media massa. Hegemoni Amerikanisasi menyebabkan masyarakat yang dikuasai oleh budaya dominan (Amerika) mengimitasi budaya tersebut dalam kehidupannya. Dalam penelitiannya, Manderbach (2012, p.2) mengatakan bahwa program televisi, musik dan media cetak menjadi alat bagi Amerika untuk menggambarkan dan memperkuat cara hidup di Amerika yang telah menjadi bentuk dominan dalam media massa dan pada akhirnya mempengaruhi cara hidup masyarakat dalam hal politik, agama, dan budaya. Hal ini menyebabkan negara lain yang turut menikmati program media massa Amerika, mengimitasi budaya Amerika dan menggantinya dengan budaya mereka yang dianggap tradisional dan mengekang. Ideologi Amerikanisasi yang sedang dibawa dan akan berlangsung terus diusung oleh budaya populer dengan tema-tema liberalisasi, kepercayaan diri, feminisme, dan segala sesuatu yang bersifat hiperaktif lainnya (Olong, 2006)

Amerikanisasi juga sering dianggap sebagai ideologi modernisasi (Danial, 2009). Hal ini disebabkan karena Amerika (negara dominan) dianggap sebagai perwujudan sempurna dari masyarakat modern dan dunia ketiga sebagai perwujudan dari masyarakat tradisional.

## Analisis dan Interpretasi

### Perempuan Korea Menggunakan Standart Kecantikan Ideal Amerika

Perempuan cantik ideal menurut Amerika adalah perempuan yang memiliki kemiripan fisik dengan Barbie. Hal ini terlihat dari kesembilan anggota Girls Generation yang terlihat memiliki penampilan fisik yang sama, yaitu bertubuh langsing dan memiliki warna kulit putih. Hampir seluruh artis di Korea, terutama artis K-Pop memiliki penampilan fisik yang sama dengan Girls Generation yaitu memiliki kulit yang putih dan bertubuh langsing. Bahkan tidak sedikit artis Korea yang melakukan diet ketat atau menggunakan sedot lemak agar memiliki bentuk ideal. Melihat hal ini, peneliti menyimpulkan bahwa Korea telah mengimitasi cara pandang negara Amerika terhadap bentuk kecantikan yang harus dimiliki oleh seorang perempuan.

Penggambaran imperialisme budaya ini sejalan dengan yang dikatakan oleh Romyeni(2012, p.37) dalam jurnal Ilmu Komunikasi volume 1, Nomor 1 yang

mengatakan Selama negara dunia ketiga terus menerus dipaparkan pada program peradaban barat, negara tersebut akan selalu percaya mereka seharusnya bertindak, merasa, berpikir, dan hidup seperti tindakan, perasaan, fikiran, dan kehidupan peradaban barat

Selain kecantikan ideal, salah satu nilai yang berhasil masuk kedalam kehidupan Korea adalah nilai modernisasi. Dimana perempuan yang modern adalah perempuan yang mengikuti fashion yang sedang berkembang saat ini. Hal ini terlihat melalui banyaknya gaya rambut dan pergantian warna rambut dan juga pakaian yang dikenakan oleh Girls Generation dalam music video ini. Rambut perempuan Asia pada umumnya adalah berwarna hitam dan bertekstur lurus. Namun dalam music video ini, rambut Girls Generation terlihat memiliki warna dan tekstur yang berbeda – beda. Pakaian yang digunakanpun adalah pakaian modern yang biasa tampil di televisi Amerika. melihat hal ini, peneliti menyimpulkan bahwa Korea telah terhegemoni dengan budaya populer Amerika yang sering muncul di media massa Amerika.

### **Budaya Korea Terkikis Oleh Budaya Amerika**

Pada poin kedua ini, peneliti menemukan gerakan imperialisme budaya Amerika dalam music video I Got a Boy. Korea terkenal dengan budayanya yang kental sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi peminatnya. Namun, dalam music video ini terlihat adanya penghilangan budaya, nilai-nilai, hingga kebiasaan negara Korea.

Perempuan Korea yang hidup dengan paham liberalis dan feminisme yang dimiliki oleh Amerika. Hal ini terlihat dalam kode latar dan gerak tubuh yang ada dalam music video ini, seperti perempuan Korea yang tidak masalah duduk berdua bersama pacarnya didalam kamar dan Girls Generation yang bisa berada diluar dijalan pada malam hari. Hal ini tidak sejalan dengan teori mengenai perempuan Korea yang dikemukakan oleh Youna Kim (2005) dalam bukunya yang berjudul *Women, Television and Everyday Life in Korea: Journeys of Hope* dimana status perempuan Korea sama dengan perempuan Asia lainnya, yaitu status pria lebih dominan dibandingkan perempuan.

Perempuan Korea setelah berumur 7 tahun tidak diizinkan duduk dalam satu ruangan dengan seorang pria dan mereka sejak usia 10 tahun tidak memiliki kebebasan untuk keluar meninggalkan rumah. Hal ini menunjukkan bahwa Girls Generation telah memiliki pemahaman yang sama dalam hal gaya hidup budaya Amerika, yaitu feminisme, dimana perempuan memiliki status dan keadilan yang sama dengan pria.

### **Korea menyukai produk budaya Amerika**

Pada poin ketiga ini, peneliti menemukan gerakan imperialisme budaya yang lain. Salah satu penyebab adanya Imperialisme budaya adalah penyebaran budaya populer Amerika. Budaya populer merupakan kebudayaan baru yang tumbuh dan berkembang seiring dengan perkembangan media informasi sebagai konsekuensi lahirnya globalisasi (Ibrahim, 2007, p. xxiii).



Peneliti menemukan, bahwa Korea secara tidak langsung sedang mempromosikan sektor komoditi Amerika. Hal ini terlihat melalui kode pakaian Sunny dan Sooyoung yang mengenakan simbol – simbol yang menggambarkan budaya Amerika yaitu Batman dan Mickey Mouse. Hal ini menunjukkan bahwa budaya populer Amerika jauh lebih menarik daripada budaya lokal yang dimiliki oleh Sunny dan Sooyoung. Promosi budaya Amerika yang dilakukan oleh Korea juga tampak pada kode gerak tubuh dan pakaian yang digunakan Sooyoung ketika ia menggunakan flatcap berjenis newsboy. Topi dengan jenis ini merupakan salah satu identitas dari Hip Hop. Mode Hip Hop adalah salah satu style urban yang dimiliki oleh orang African-Amerika yang bermukim di Amerika (Blanco, 2016, p.154).

## Simpulan

Dalam penggambaran perempuan Korea yang menggunakan standar kecantikan ideal Amerika terlihat bahwa Korea menganggap perempuan yang cantik adalah mereka yang memiliki tubuh langsing dan putih seperti Barbie. Sehingga hal ini mengakibatkan maraknya operasi plastik dan sedot lemak di Korea Selatan. Karena terlalu sering terpapar dengan budaya barat (Amerika) menyebabkan Korea tanpa sadar mengimitasi hal – hal yang sering muncul di televisi Amerika, seperti mengubah dan menata rambut. Dalam video music ini, Girls Generation terlihat memiliki warna dan tatanan rambut yang berbeda – beda sehingga memberikan kesan bahwa mewarnai dan menata rambut adalah hal yang biasa dilakukan oleh perempuan modern. Penghilangan Kebudayaan Korea dalam music video ini menunjukkan bahwa Korea menganggap bahwa budayanya yang mereka miliki adalah budaya yang kuno, sedangkan budaya Amerika yang mereka tampilkan dalam music video ini adalah budaya yang menggambarkan jati diri mereka.

Selain itu, melalui penelitian ini peneliti menemukan fakta bahwa budaya Korea yang selama ini dianggap oleh masyarakat sebagai budaya yang orisinal dari Korea bukanlah produk budaya asli Korea. Seperti yang telah peneliti paparkan dalam bab 1, produk massa Korea sangat diminati oleh seluruh lapisan masyarakat diseluruh dunia khususnya di daerah Asia. Masyarakat yang menikmati produk massa Korea ini juga sering menganggap bahwa nilai-nilai dan budaya yang sering ditampilkan dalam produk massa Korea tersebut adalah produk asli Korea. Namun, penelitian ini menemukan hal yang sebaliknya. Terjadi pengimitasian budaya Amerika dalam music video ini. Hal – hal yang sebenarnya tidak diizinkan didalam budaya Korea dilanggar dalam music video ini.

Hal ini menunjukkan bahwa imperialisme budaya Amerika telah masuk dan menjadi suatu kebiasaan bagi masyarakat Korea sehingga menyebabkan hegemoni budaya Amerika semakin populer dan menempatkan Amerika sebagai negara adidaya yang berkuasa. Selain Imperialisme budaya, music video ini juga memiliki beberapa nilai – nilai yang menggambarkan Amerika, yaitu konsumerisme, liberalisme, dan feminisme yang dikenal sebagai nilai Amerikanisasi. Hal ini menunjukkan bahwa nilai-nilai kehidupan yang dianut oleh

Amerika, sangat diminati oleh budaya lain dan menjadikan nilai-nilai tersebut sebagai acuan hidup mereka.

## Daftar Referensi

- Baran, S. J. (2004). *Introduction to Mass Communication: Media Literacy and Culture*. USA: McGraw and Hill Inc
- Blanco, J. (2015). *Clothing and Fashion: American Fashion From Head To Toe*. Santa Brbara, California: ABC-CLIO, LLC
- Eriyanto. (2001). *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LkiS.Fiske, J. (2007). *Cultural and Communication Studies*. Yogyakarta: Jalasutra
- Ibrahim, I. S. (2007). *Budaya Populer sebagai Komunikasi: Dinamika Popscape dan Mediascape di Indonesia Kontemporer*. Yogyakarta: Jalasutra
- Kim, Y. (2005). *Women, Television and Everyday Life in Korea: Journeys of Hope*. New York: Routledge
- Malik, D. D. (2014). *Globalisasi dan Imperialisme Budaya di Indonesia*. Dalam *Journal Communication Volume 5, Nomer 2 Oktober 2014*. Bandung: Stikom.
- Nastiti, A. D. (2010). *Korean Wave di Indonesia: Antara Budaya Pop, Internet dan Fanatisme pada Remaja (Studi Kasus terhadap Situs Asian Fans Club di Indonesia dakan Perspektif Komunikasi Antarbudaya)* Mcluhan, M. (1964). *Understanding Media: The extensions of man* (First Edit.). London, New York: McGraw Hill.
- Rumyeni. (2012). *Globalisasi dan Periklanan: Penampilan Budaya Asing Dalam Iklan Indonesia*. Dalam *Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume1, Nomor 1, Maret, 2012*. Riau: FISIP Universitas Riau
- Saborio, L. (2012). *Embodying Difference: Scripting Social Images of The Femele Body in Latina Theatre*
- Schiller, H. I. (1973). *The Mind Managers*
- Sobur. A. (2006). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Yosdakarya
- Stokes, J. (2007). *How to do media and cultural studies*. Yogyakarta: PT. Bentang Pustaka.
- Tuk, W. (2012). *The Korean Wave: Who are behind the success of Korean popular culture?.* Leiden University
- Wibisono, R. U. (2015) *Banyak Musisi Top Yang Akan Tampil Di Billboard Music Awards 2015*. <http://showbiz.liputan6.com/read/2218165/banyak-musisi-top-yang-akan-tampil-di-billboard-music-awards-2015/>. Diakses tanggal 29 Februari 2016