



The Hallyu Effect: Persebaran Budaya Pop Hallyu sebagai Ancaman terhadap Juche

Francis Lydia Irene Sitompul

Departemen Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro

Jalan Prof. Soedarto, SH, Tembalang, Semarang, Kotak Pos 1269

Website: <http://www.fisip.undip.ac.id> Email: fisip@undip.ac.id

ABSTRACT

Hallyu is a phenomenon from South Korea in the form of pop-culture that spreads to various parts of the world through globalization. Cultural globalization has facilitated access to information which is going to affect how an individual acts. The global popularity of hallyu has succeeded in building a positive image of South Korea, and also contributes to the economic growth of the country. Hallyu contains many values of freedom and democracy which are adopted by South Korea. Hallyu is very well-received by the international community, including North Korea. Juche is an ideology from North Korea that has the goal of achieving socialist revolution through three main points, namely chaju (independence), charip (self-sustenance), chawi (self-defense). The spread of hallyu whose values are contrary to juche has influenced the way of life, the trends that occur in North Korean society, and also changed the people's perspectives on the government. It eventually affected the people's decision to leave their country and in South Korea. This research will use the concept of cultural globalization to analyze how hallyu entered North Korea and found that hallyu does threaten juche by the shifting behavior in North Korean society and how the government responded to the spread of hallyu in North Korea.

Keywords: *Hallyu, South Korea, North Korea, Juche, Cultural globalization*

PENDAHULUAN

Korea Selatan dan Korea Utara memiliki sejarah yang panjang sebagai satu negara hingga akhirnya terpecah akibat terjadinya perang Korea yang dimulai pada tahun 1950 (Suh D. M., 2013). Korea Utara menganut ideologi *juche* yang pertama kali dikemukakan oleh Kim Il-Sung pada tahun 1955. Secara konseptual, *juche* ini berarti otonom dan independen (*Self-Reliance*) atau berdiri sendiri tanpa bantuan orang lain. Ideologi *juche* sudah melekat pada Korea Utara dan menjadi identitas dari negara tersebut. *Juche* adalah pegangan hidup mereka sebagai warga Korea Utara, sebagai mana yang dipromosikan oleh pemerintah Korea Utara melalui propaganda melalui pendidikan dan media. Hal ini sudah jelas berbeda dengan Korea Selatan yang merupakan negara demokrasi dengan kebebasan untuk berpendapat dan juga ekonomi dengan pasar terbuka (Fiori & Kim, 2018).

Ideologi *juche* memiliki tiga elemen utama yaitu alam, masyarakat dan juga individu yang berfokus pada pemimpin. Adapun indikator keberhasilan tercapainya *juche* terdiri dari tiga

bagian yaitu *chaju* (*independence*), *charip* (*self-sustenance*), dan juga *chawi* (*self-defense*). Pertama, melalui *chaju*, pemerintah Korea Utara ingin mencapai revolusi sosialis, dimana yang dimaksud dengan revolusi sosialis disini adalah tercapainya masyarakat sosialis dengan nilai – nilai Korea yang dipimpin oleh Kim Il-Sung. Kedua, *charip* dari aspek perekonomian, dimana pemerintah Korea Utara ingin memusatkan sistem perekonomian di Korea Utara kepada pemerintah. Yang terakhir adalah *chawi* dari aspek militer, dimana Korea Utara ingin membebaskan dirinya dari imperialisme dengan memperkuat militer mereka. Pandangan ini percaya bahwa manusia dapat menggunakan kebebasan, kreativitas yang dia peroleh sendiri untuk menaklukkan alam semesta dan menjadikan dunia sesuai dengan keinginannya (Suh D. , 1988) . Revolusi sosialis sebagai tujuan utama dari *juche* diyakini dapat tercapai melalui kesetiaan masyarakat terhadap pemerintahnya dan oleh sebab itulah, pemerintah Korea Utara terus menerus menggencarkan propaganda dalam negeri untuk dapat mencapai tujuan – tujuan dari *juche* itu sendiri. Salah satunya adalah dengan menculik dua orang Korea Selatan yang bekerja di industri hiburan, yaitu Shin Sang Ok, seorang sutradara film dan juga istrinya, Choi Eun Hee yang merupakan aktris Korea Selatan untuk membuat film propaganda mengenai kehebatan pemerintah Korea Utara melalui film *Pulgasari* dan *Godzilla* (Judkis, 2011).

Hubungan antara kedua negara seringkali berubah – ubah, akan tetapi, pada saat Korea Selatan dipimpin oleh Kim Dae Jung, mereka menunjukkan kemauannya untuk bekerjasama melalui kebijakan *Sunshine Policy* (Sugianto, 2016) . Selama kebijakan ini berlangsung, Korea Selatan dan Korea Utara melakukan beberapa kerjasama melalui kegiatan – kegiatan, dan salah satunya adalah pertukaran budaya. Melalui kerjasama pertukaran budaya ini, Korea Selatan memperkenalkan budaya pop *hallyu* untuk yang pertama kali kepada Korea Utara melalui grup idola seperti *Baby V.O.X* dan juga *Shinhwa* (Lor, 2015).

Hallyu atau yang berarti gelombang Korea merupakan suatu fenomena yang mengacu pada dampak dari produk budaya Korea Selatan secara spesifik seperti film, musik, makanan, *games* dan *fashion* (Marinescu, 2014) . Istilah *hallyu* pertama kali digunakan oleh media Cina pada tahun 1998 untuk menggambarkan kegemaran luar biasa remaja - remaja Cina yang terhadap produk budaya populer Korea. Perkembangan *hallyu* di Cina sendiri dimulai ketika remaja Cina pertama kali diperkenalkan dengan *K-Pop* melalui sebuah program radio bernama *Seoul Music Room* yang disiarkan di Beijing. Tidak hanya di Cina, *hallyu* juga mulai dikenal di Jepang melalui drama “*Winter Sonata*” yang juga digemari oleh masyarakat Jepang pada tahun 2003 (Lee, 2015) dan terus menyebar hingga ke berbagai negara lainnya.

Industri budaya Korea dikembangkan pada akhir tahun 1990an untuk kepentingan sosial ekonomi, budaya dan juga politik. Pemerintah Korea melihat hal ini sebagai salah satu jalan untuk menunjukkan ‘wajah’ yang dinamis dari negaranya melalui *soft power*. Sejak krisis Asia pada tahun 1997, pemerintah Korea sudah menargetkan ekspor budaya populer *hallyu* sebagai inisiasi ekonomi baru untuk menyokong perekonomian (Kim, 2013, hal. 3) . *Hallyu* berhasil memikat hati masyarakat internasional, terutama masyarakat di Asia. Oleh karena itulah, *hallyu* merupakan bentuk dari globalisasi yang mengalir bukan dari barat ke timur, melainkan timur ke timur. *Hallyu* disebut sebagai indikasi dari transformasi baru global di aspek budaya dan ekonomi (Yoon & Kang, 2017, hal. 11) . Kepopuleran *hallyu* yang mendunia meningkatkan kunjungan turis asing ke Korea Selatan, tidak terkecuali masyarakat Korea Utara.

Munculnya *hallyu* di Korea Utara mulai mengagalkan propaganda dari pemerintah Korea Utara, karena masyarakat yang mengenal *hallyu* sangat menikmati budaya hiburan dari Korea Selatan ini. Ho Hye Il dalam bukunya yang berjudul “*The North Korean Show Box*” mengatakan bahwa ketertarikan masyarakat Korea Utara sangat besar terhadap drama Korea Selatan. Dia

menyebutkan bahwa terjadi razia di Universitas Kim Il-Sung pada tahun 2002, dimana diperoleh sekitar 600 kg CD tentang film – film Korea Selatan serta publikasi lainnya secara ilegal (Il, 2006). Selain itu, Daniel Tudor juga menjelaskan melalui bukunya yang berjudul “*Ask A North Korean*”, bahwa film – film serta acara hiburan dari Korea Selatan memiliki pengaruh terhadap pandangan masyarakat Korea Utara terhadap Korea Selatan yang memotivasi mereka untuk merasakan kenyamanan yang digambarkan dalam film tersebut. Tudor juga menjelaskan bahwa banyak masyarakat yang *defect* ke Korea Selatan setelah melihat konten – konten dari *hallyu* (Tudor, 2017).

Penelitian ini merupakan analisis untuk melihat bagaimana *hallyu* mengancam *juche* dan juga menjelaskan bagaimana respon dari rezim Korea Utara terhadap persebaran *hallyu* di Korea Utara karena adanya globalisasi budaya. Globalisasi budaya didefinisikan sebagai transmisi ide dan nilai dari seluruh dunia untuk memperluas dan meningkatkan hubungan sosial (James, 2006). Adanya globalisasi budaya ini memungkinkan masyarakat di negara terbelakang untuk melihat kemewahan yang ada di negara – negara maju melalui film, majalah, televisi dan juga gaya hidup yang mengangumkan. Masyarakat di negara – negara terbelakang akan mulai membanding – bandingkan kehidupannya dengan orang – orang yang ada di negara lain. Melalui globalisasi, masyarakat yang ada di negara terbelakang akan mulai bermimpi untuk memiliki kehidupan yang sama dengan negara lainnya (Payne, 2012, hal. 244).

Dalam globalisasi sendiri ada tiga skenario budaya, yaitu homogenisasi, heterogenisasi dan juga hibridasi (Ritzer, 2010) . Penelitian ini akan menggunakan skenario konvergensi yang merupakan salah satu bagian dari homogenisasi dalam melihat dampak persebaran *hallyu* di Korea Utara. Homogenisasi meyakini bahwa munculnya suatu budaya baru dalam masyarakat akan menghasilkan sebuah budaya global yang mana budaya tersebut akan memiliki persamaan nilai, norma dan muncul standarisasi budaya. Dalam perspektif ini, hubungan antar negara dan budaya semakin meningkat. Tingkat dari homogenisasi budaya lainnya disebut dengan konvergensi (Ritzer, 2010) . Dalam aspek budaya, konvergensi melihat globalisasi sebagai sebuah proses dimana budaya – budaya menjadi semakin mirip, yang mana hal ini terjadi karena adanya peran penting dari kelompok dominan dan masyarakat dunia. Meskipun demikian, Ritzer mengatakan bahwa adanya kecenderungan budaya yang semakin mirip, tidak menjadikan budaya lokal menjadi hilang (Ritzer, 2011).

Kluver dan Fu menggunakan empat indikator untuk mengindikasikan suatu negara telah mengalami globalisasi budaya. Yang pertama, suatu negara dikatakan mengalami globalisasi budaya melalui film – film. Mereka menjelaskan bahwa ketika suatu negara terus menerus memutar film dari luar negeri, maka globalisasi budaya telah terjadi di negara tersebut. Kedua, melalui program televisi luar negeri yang di buat versi dalam negerinya. Ketiga adalah jumlah dari akses publikasi yang diterima seperti buku, koran, majalah atau media lainnya. Yang terakhir adalah munculnya ketersediaan saluran satelit dari sistem televisi luar negeri (Kluver & Fu, 2004) . Keempat indikator ini sendiri pada intinya berpusat pada jumlah akses masyarakat terhadap produk media komunikasi massa yang diterima dari luar negeri. Globalisasi budaya dapat membawa tantangan pada suatu negara dan juga institusi nasional. Hal ini dikarenakan media dan budaya seringkali di identikkan dengan institusi nasional. Selain itu, dikatakan bahwa media dan juga budaya merupakan inti dari identitas nasional (Janssen, Kuipers, & Verboord, 2008).

PEMBAHASAN

Semenjak terjadinya perang Korea yang memecah Korea menjadi dua bagian, negara Korea Utara memiliki akses terhadap informasi yang sangat sedikit dan terbatas, sehingga masyarakat menganggap bahwa negara mereka adalah negara termakmur di seluruh dunia dan mereka menganggap negara Korea Selatan sebagai negara yang jauh lebih miskin dari mereka. Pada saat krisis kelaparan terjadi, masyarakat Korea Utara harus bergantung dengan dirinya sendiri dan memanfaatkan apapun yang mereka serta orang lain untuk dapat bertahan hidup (Fifield, 2017) . Masyarakat pun memanfaatkan kepopuleran *hallyu* yang merupakan tren baru di masyarakat Korea Utara dan menciptakan pasar baru untuk melakukan perdagangan barang ilegal atau yang biasa juga disebut sebagai *Jangmadang*.

Sebelum masyarakat Korea Utara mengetahui apa itu kehidupan diluar Korea Utara, mereka hanya bisa menikmati akses terhadap media yang diatur oleh pemerintah, seperti *Korean Cultural Central Television* (KCTV), *The Korean Educational and Cultural Network*, serta *Pyongyang Mansudae Television*. Masyarakat sangat mengagungkan pemimpin mereka, yang mana hal ini dapat dilihat dari kepopuleran sebuah buku yang berjudul “*Memoirs*” dimana buku ini menceritakan tentang kelahiran, masa kecil dan juga kematian dari pemimpin pertama Korea Utara, Kim Il-Sung yang dibukukan menjadi delapan seri. Tidak hanya buku, segala jenis konten hiburan yang ada di media lokal Korea Utara berfokus membahas mengenai keluarga Kim saja (Tudor, 2017).

Munculnya *Jangmadang* di Korea Utara, telah memberikan kesempatan untuk masyarakat mengakses informasi dan juga teknologi semakin luas. Adapun produk – produk impor yang dijual di *Jangmadang* itu sangat bervariasi, seperti *handphone*, televisi, radio hingga DVD dan juga makanan ringan seperti *choco pie* yang berasal dari Korea Selatan yang kebanyakan produknya diperoleh dari Cina dan juga Jepang (Choe, 2015) . Meningkatnya akses terhadap informasi pada awal tahun 2000 hingga akhir 2010, menjadi alasan masyarakat menjadi candu dan permintaan terhadap drama Korea Selatan terus meningkat (Desk, 2016). Selain drama serial, musik pop (*K-Pop*) Korea Selatan juga sangat populer di kalangan masyarakat Korea Utara. Berdasarkan berita yang dikutip dari *daily nk*, dikatakan bahwa popularitas musik pop Korea Selatan dengan genre *trot* menjadi salah satu genre terpopuler di kalangan pedagang Korea Utara yang pergi ke Cina dan pergi ke bar karaoke di malam hari. Selain itu juga mereka sering kali didapati menyanyikan lagu – lagu *soundtrack* dari drama – drama Korea Selatan (NK, 2015).

Kegemaran masyarakat Korea Utara terhadap konten *hallyu* semakin berkembang terus menerus, terlihat dari mulai munculnya bisnis – bisnis lain selain *Jangmadang* yang mengusung tema budaya pop *hallyu* seperti jasa instruktur menari yang mengajarkan koreografi lagu – lagu *K-Pop* dan juga jasa servis televisi untuk mengakses siaran luar negeri (Denyer & Kim, 2019). Kebebasan dan juga kemewahan yang dilihat oleh masyarakat Korea Utara melalui *hallyu* juga memotivasi mereka untuk meninggalkan negaranya. Banyak orangtua yang mempunyai anak di Korea Utara mendukung anak – anaknya untuk keluar dari Korea Utara meskipun harus mengeluarkan biaya yang besar. Alasannya, karena mereka ingin anak – anak mereka berkembang dan merasakan kebebasan, meskipun dengan resiko mereka mungkin tidak dapat melihat anak – anak mereka lagi (Tudor, 2017).

Jumlah masyarakat Korea Utara yang meninggalkan Korea Utara semakin banyak setiap tahunnya dan terus bertambah hingga mencapai 30.000 orang di Korea Selatan. Mereka yang ada di Korea Selatan ini pun membentuk berbagai komunitas yang bertujuan untuk membebaskan Korea Utara dari pemerintahan yang kejam dan otoriter. Beberapa diantaranya adalah *Fighters for Free North Korea*, *North Korean People’s Liberation Front*, *The North*

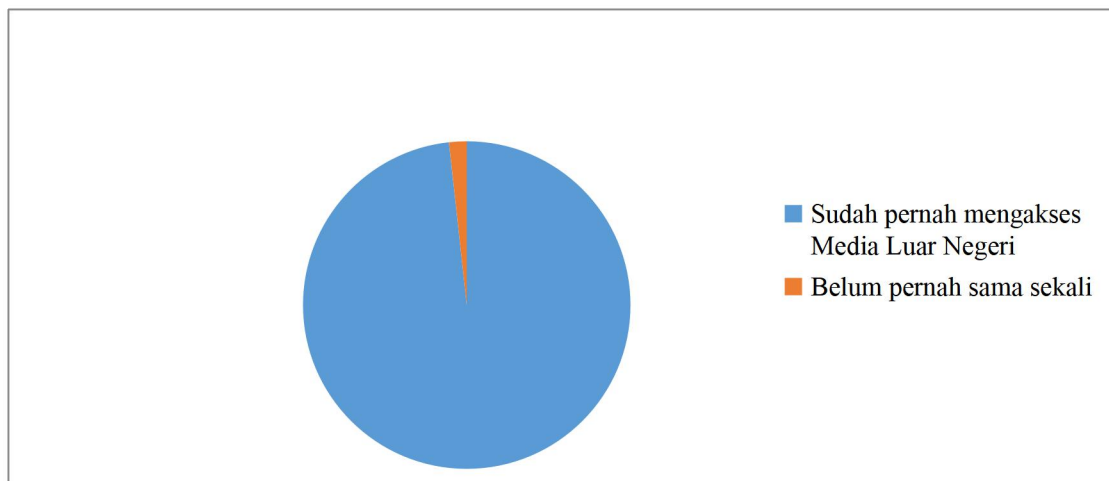
Korean Freedom Coalition and *Free Joseon*. Salah satu gerakan yang paling aktif dalam melawan propaganda Korea Utara adalah *Fighters for Free North Korea* yang menyebarkan berbagai jenis leaflet, CD, USB dan juga media elektronik lain melalui balon udara yang diterbangkan dari Seoul ke perbatasan Korea Utara dan Korea Selatan di Paju untuk mempropaganda masyarakat (Halvossen & Loyd, 15).

Selain itu, munculnya *hallyu* telah membawa berbagai perubahan tren dalam masyarakat Korea Utara seperti, tren perawatan kecantikan seperti *make up eyeliner* dan alis mata permanen serta gaya berpakaian wanita Korea Utara yang awalnya sangat konservatif juga mulai berubah menjadi semakin modern (Choi, 2015). Berbagai tren model rambut dan juga cara berpakaian juga mulai muncul dalam masyarakat (Kang M. , 2014). Kepopuleran *k-drama* di Korea Utara juga mempengaruhi cara berbicara masyarakat Korea Utara. Seperti contohnya di Korea Utara, kamar mandi disebut dengan *uisaengsil* dan di Korea Selatan disebut dengan *hwajangsil*, akan tetapi anak muda Korea Utara saat ini lebih banyak dialek Korea Selatan (Tudor, 2017, hal. 87).

Melalui penjelasan diatas, dapat dilihat bahwa telah terjadi globalisasi dalam masyarakat Korea Utara, karena adanya perkembangan teknologi dan informasi. Melalui teknologi seperti radio, televisi dan juga media elektronik lain seperti *Notetel* yang ada di *jangmadang*, masyarakat bisa mendapatkan informasi dari luar Korea Utara. Keinginan masyarakat untuk mengetahui dunia luar dan mencari tahu kebenaran menjadi titik awal terjadinya globalisasi di Korea Utara.

Berdasarkan indikator – indikator yang dijelaskan oleh Kluver dan Fu, Korea Utara juga telah mengalami globalisasi budaya. Indikator pertama, dikatakan bahwa suatu negara dikatakan mengalami globalisasi budaya apabila secara terus menerus memutar film – film dari luar negeri. Meskipun akses terhadap media luar negeri di Korea Utara dilarang oleh pemerintah, akan tetapi tidak bisa dipungkiri bahwa pemutaran film dari Korea Selatan terus menerus dilakukan oleh masyarakat yang dibuktikan melalui kepopuleran film *Shiri*, *Winter Sonata*, *The Taebaek Mountain* dan juga *Chingu*.

Grafik 3.1. Survei terhadap Akses Masyarakat terhadap Media Luar Negeri, Hallyu

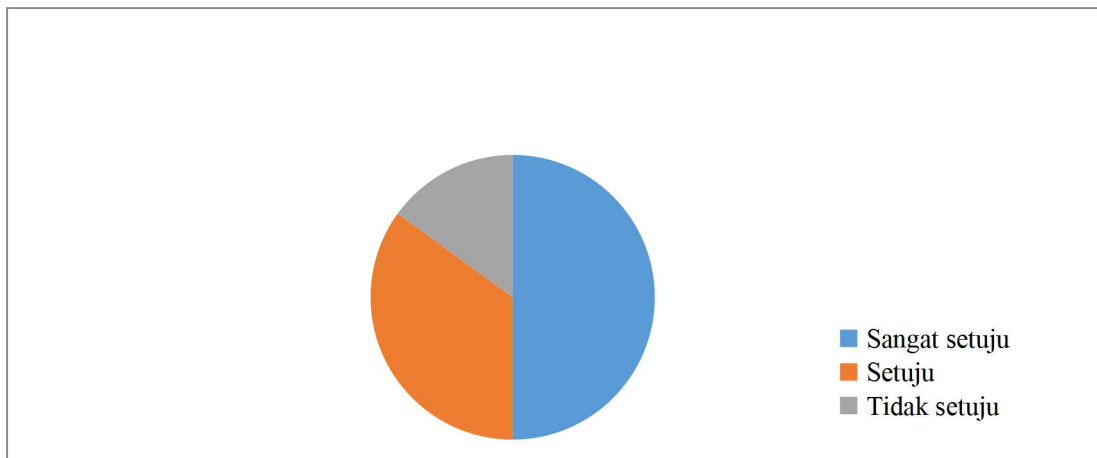


Sumber: (Hui, 2019)

Hal ini juga didukung oleh data mengenai akses terhadap media luar negeri di Korea Utara oleh *Unification Media Group* (UMG) yang menyebutkan bahwa pada tahun 2019, melalui survei yang dilakukan dengan 200 orang masyarakat Korea Utara, dikatakan 182 orang atau 91% masyarakat Korea Utara pernah mengakses media luar negeri seperti *hallyu*, termasuk film – film dan juga musik. Kesenangan masyarakat terhadap *hallyu* telah mengubah berbagai aspek kehidupan masyarakat, yang salah satunya adalah muncul kegemaran baru dalam masyarakat dimana hari – hari ini hampir semua masyarakat Korea Utara bisa menyanyikan dan mengingat lirik satu hingga dua lagu dari Korea Selatan (Tudor, 2017, hal. 69-76). Selain itu, berbagai tren baru juga mulai bermunculan di Korea Utara, bahkan hingga perubahan cara pandang masyarakat terhadap bagaimana dunia luar dan nilai – nilai kebebasan.

Indikator yang kedua adalah lokalisasi program televisi luar negeri yang di buat versi dalam negerinya. Hal ini dapat dilihat dari tindakan pemimpin Korea Utara, Kim Jong-Il yang menculik seorang sutradara dan istrinya yang seorang aktris dari Korea Selatan untuk membuat film versi Korea Utara yang berjudul *Godzilla* dan *Pulgasari* yang mengangkat tema tentang nasionalisme Korea Utara (Judkis, 2011). Indikator yang ketiga adalah akses masyarakat terhadap publikasi yang diterima seperti buku, koran, majalah atau media lainnya. Munculnya *hallyu* memungkinkan akses terhadap publikasi yang lebih luas dalam masyarakat, seperti melalui media radio, *Notetel*, CD, DVD dan juga USB. Adapun akses masyarakat terhadap media – media ini sedikit banyak memengaruhi keputusan masyarakat dalam melakukan *defection* ke Korea Selatan setelah mengetahui kebenaran melalui media – media *hallyu* yang mereka terima melalui radio dan juga USB. Hal ini dibuktikan dengan survei yang dilakukan oleh Chung Ka Young (2012) kepada 100 orang *defectors* di Korea Selatan.

Grafik 3.2. Apakah *hallyu* mempengaruhi keputusan masyarakat Korea Utara untuk pergi ke Korea Selatan?



Sumber: (Chung, 2012)

Melalui penelitian yang melibatkan 100 orang *defectors* Korea Utara tersebut, dikatakan bahwa 85% alasan masyarakat Korea Utara meninggalkan negaranya adalah karena kekaguman mereka terhadap negeri ginseng tersebut yang mereka lihat melalui drama – drama dan juga film Korea Selatan yang tersebar di Korea Utara (Chung, 2012). Masyarakat Korea Utara yang menonton konten *hallyu* sangat mengagumi kebebasan yang digambarkan dalam dalam drama

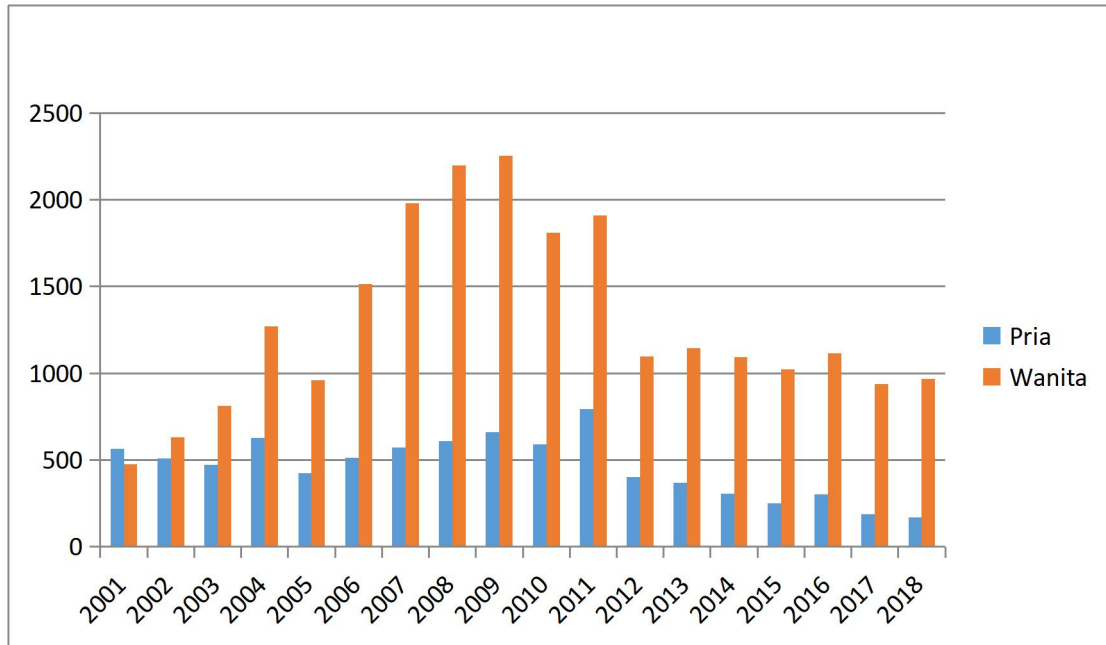
dan film tersebut dan juga menyampaikan pendapat mereka secara negatif mengenai rezim sosialis (Chung, 2012, p. 47) . Indikator yang terakhir dalam globalisasi budaya adalah munculnya ketersediaan saluran satelit dari sistem televisi luar negeri di suatu negara. Munculnya bisnis- bisnis pemasangan saluran televisi ilegal dan juga *Notetel* yang muncul di Korea Utara, dapat disimpulkan bahwa saluran televisi Korea Selatan yang mengandung konten *hallyu* sudah tersedia di Korea Utara.

Hallyu sebagai bentuk dari globalisasi budaya di Korea Utara seringkali memasukkan nilai – nilai kehidupan masyarakat Korea Selatan yang dekat dengan kebebasan dan demokrasi. Nilai – nilai ini bertentangan dengan tujuan utama dari *Juche*. Sebagai salah satu contohnya, film *The Taebaek Mountain* yang menceritakan mengenai bagaimana konflik antara sayap kiri dan sayap kanan yang terjadi selama beberapa generasi. Film ini juga memberikan wawasan mengenai kontroversi politik ideologi yang akhirnya merubah perspektif salah satu elit Korea Utara, Thae Yong-Ho, mengenai kapitalisme dan juga demokrasi (Taek, 1994). *Hallyu* secara tidak langsung mengekspos kebenaran mengenai dunia luar yang selama ini ditutupi oleh pemerintah Korea Utara melalui propaganda dan juga limitasi akses terhadap informasi dalam masyarakat, sehingga ketika masyarakat mengetahui dunia luar, perspektif mereka mulai berubah dan tidak sedikit yang meninggalkan Korea Utara untuk dapat mencapai keinginan mereka, meskipun hal tersebut bertentangan dengan nilai – nilai *juche*.

Perubahan tren dan perspektif masyarakat akibat persebaran *hallyu* tidak semata – mata merubah seluruh identitas *juche* dari Korea Utara. Dalam konvergensi budaya yang dijelaskan oleh Ritzer (2011) dikatakan bahwa satu budaya akan cenderung mirip dengan budaya lain akan tetapi bukan berarti nilai – nilai dari budaya lokal akan hilang begitu saja. Globalisasi memberikan peluang untuk budaya lain berkembang dalam masyarakat tetapi tidak sepenuhnya menghilangkan budaya lokal. Hal inilah yang terjadi di Korea Utara, karena munculnya *hallyu* tidak secara langsung merubah Korea Utara seutuhnya. Sebagian masyarakat di Korea Utara hanya menikmati budaya pop *hallyu* sebagai hiburan, mengikuti tren baru yang muncul akibat *hallyu*, akan tetapi masih meyakini *juche* sebagai ideologinya. Disisi lain, tidak sedikit juga masyarakat yang lebih memilih untuk meyakini nilai – nilai demokrasi dan kebebasan yang terkandung dalam *hallyu*. Orang – orang yang meyakini nilai – nilai yang dibawa oleh *hallyu* inilah yang pada akhirnya melakukan *defection* ke Korea Selatan.

Meskipun demikian, *hallyu* masih bisa menjadi ancaman terhadap Korea Utara, karena seperti yang dijelaskan oleh Janssen, Kuipers dan Verboord (2008) bahwa globalisasi budaya dapat mengancam identitas suatu negara. *Hallyu* sebagai bentuk ancaman terhadap rezim disadari oleh pemerintah Korea Utara, karena nilai – nilai demokrasi yang disampaikan melalui budaya pop *hallyu*, bertentangan dengan identitas *juche* yang diterapkan di Korea Utara selama ini. Keraguan masyarakat terhadap pemerintah juga terus meningkat dibuktikan dengan semakin banyaknya masyarakat Korea Utara yang meninggalkan Korea Utara karena *hallyu*.

Grafik 3.3. Jumlah Masyarakat Korea Utara yang memasuki Korea Selatan: 2001 - 2018



Sumber: (Unification, 2019)

Hal ini juga didukung dengan data yang diberikan oleh Kementerian Unifikasi terhadap angka masyarakat Korea Utara yang datang ke Korea Selatan untuk menetap secara permanen. Berdasarkan data yang diberikan oleh Kementerian Unifikasi, dapat dilihat bahwa jumlah masyarakat Korea Utara yang keluar dari negaranya terus meningkat mulai dari tahun 2001 hingga tahun 2009. Pada tahun - tahun ini pula, budaya pop *hallyu* mulai populer di seluruh dunia, termasuk Korea Utara. Akan tetapi, angka masyarakat yang memasuki wilayah Selatan mulai berkurang setelah tahun 2009, ketika Kim Jong Un ditunjuk menjadi pemimpin baru Korea Utara setelah kematian ayahnya Kim Jong-Il (Gause, 2009).

Korea Utara dibawah kepemimpinan Kim Jong Un sangat gencar melakukan propaganda kepada masyarakatnya melalui berbagai media untuk menjatuhkan Korea Selatan (Kyeongnam, 2017). Bahkan, pemerintah juga membentuk *Group 109* dan *111 Command Squad* melalui Kementerian Keamanan Negara untuk mengawasi dan memusnahkan segala jenis konten *hallyu* dalam bentuk CD, USB ataupun media lainnya (Hui, 2019). Selain itu, Pada awal tahun 2014, pemerintah Korea Utara juga menambahkan 5 pasal tambahan dalam artikel 60 mengenai kode kriminal negara yang dimana tiga dari lima pasal – pasal ini berisikan mengenai pelanggaran hukum atas penggunaan komunikasi ilegal dengan dunia luar dan akses terhadap *hallyu* yang dapat berakhir dengan hukuman mati (Kang M. J., 2014).

Korea Utara juga semakin khawatir akan jatuhnya rezim mereka melalui *hallyu*, karena semakin banyaknya para *defectors* yang berasal dari golongan kelas atas yang merupakan elit pemerintahan. Orang – orang kelas atas yang melakukan *defection* seperti salah satunya, Thae Yong Ho dan juga Oh Chong-song. Thae merupakan mantan duta besar Korea Utara untuk Denmark, Swedia dan juga Inggris. Dia mengatakan bahwa salah satu alasannya meninggalkan Korea Utara adalah karena adanya pengaruh dari film Korea Selatan yang berjudul *The Taebaek Mountain*, dimana film ini mengangkat tema politik yang menunjukkan perbedaan dari ideologi

Korea Utara dan Korea Selatan (Thae, 2017) . Dia mengungkapkan bahwa *hallyu* bisa menjadi salah satu alat untuk menjatuhkan rezim Korea Utara dengan memperkenalkan nilai – nilai kebebasan dan demokrasi (Thae, 2019).

KESIMPULAN

Terpenuhinya keempat indikator globalisasi budaya, telah membuktikan bahwa masyarakat Korea Utara telah mengalami globalisasi. Selain itu, masyarakat juga mengalami konvergensi budaya, dimana masyarakat Korea Utara terbagi menjadi dua jenis masyarakat, yaitu masyarakat yang hanya menyenangi budaya pop *hallyu* tetapi tetap menjalankan nilai – nilai *juche*, dan masyarakat yang memilih untuk menganut nilai – nilai *hallyu* dan melakukan *defection* ke Korea Selatan. Selain itu, Persebaran budaya pop *hallyu* di Korea Utara sebagai bentuk dari globalisasi budaya yang terjadi di Korea Utara juga menjadi ancaman terhadap *juche*. Pertama, keinginan masyarakat untuk mencapai kebebasan melalui *defection* membuktikan bahwa masyarakat tidak lagi setia pada rezim, apalagi masyarakat Korea Utara yang tidak menyukai pemerintah dan menginginkan jatuhnya rezim pemerintah juga membentuk berbagai gerakan untuk menjatuhkan rezim dari dalam melalui propaganda *hallyu* yang diselundupkan secara ilegal ke perbatasan Korea Utara. Dengan demikian, inti utama dari *juche* yaitu *chaju* dengan fokus untuk mencapai revolusi sosialis melalui kesetiaan pada pemimpin tidak tercapai. Kedua, adanya pasar ilegal *jangmadang* dengan sistem pasar terbuka dan melibatkan perdagangan internasional dari Cina dan Jepang sebagai *supplier* produknya, telah melanggar prinsip *charip*. Ketiga, prinsip dari *chaju* dan *chawi* sendiri saling berkesinambungan. Ketika masyarakat Korea Utara sudah tidak lagi percaya pada pemimpinnya dan mengetahui kebenaran mengenai kebebasan, mempelajari dan mengenal Korea Selatan sebagai saudara dengan rumpun yang sama, maka pertahanan militer tidak akan lagi dibutuhkan oleh Korea Utara, terutama melihat semakin banyaknya elit militer dan politik Korea Utara juga menikmati *hallyu*, seperti dan Oh Chong-Song dan Thae Yong-Ho yang sudah melakukan *defection* ke Korea Selatan.

REFERENSI

- Armstrong, C. K. (2009). Engaging the World. *Juche and North Korea's Global*, 3.
- Choe, S. T. (2015). The New Markets of North Korea: Jangmadang. *American Journal of Management*, 66.
- Choi, S. M. (2015, Juli 5). Skin Care Specialists Latest Product of 'Hallyu' in NK. Seoul, South Korea.
- Chung, K. Y. (2012). The Soft Power of Hallyu, the Korean Wave, in North Korea. *International Studies*, 44-45.
- DailyNK. (2015, Oktober 16). S. Korean picket signs inspire imitation up North. Seoul, South Korea.
- Demick, B. (2014). Epiphany. Dalam B. Demick, *Nothing to Envy* (hal. 213). London: Granta Publications.
- Denyer, S., & Kim, M. (2019, Agustus 23). How K-pop is luring young North Koreans to cross the line. Seoul, South Korea.
- Desk, N. (2016, Desember 18). *How media smuggling took hold in North Korea*. Diambil kembali dari PBS NewsHour: <https://www.pbs.org/newshour/world/media-smuggling-north-korea>
- Fifield, A. (2017, Desember 15). *A new film captures North Korea's 'bold and audacious' millennials*. Diambil kembali dari The Washington Post:

- <https://www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2017/12/15/the-jangmadang-generation-new-film-shows-how-millennials-are-changing-north-korea/>
- Fiori, A., & Kim, S. (2018). Civil Society and Democracy in South Korea: A Reassessment. *Korea's Quest for Economic Democratization*, 145.
- Gause, K. E. (2009, Mei 1). *Foreign Policy: The Rise of Kim Jong-Un*. Diambil kembali dari NPR.org: <https://www.npr.org/templates/story/story.php?storyId=103701253>
- Halvossen, T., & Loyd, A. (15, Januari 2014). *We Hacked North Korea With Balloons and USB Drives*. Diambil kembali dari The Atlantic: <https://www.theatlantic.com/international/archive/2014/01/we-hacked-north-korea-with-balloons-and-usb-drives/283106/>
- Hui, M. D. (2019, Juni 29). *UMG releases 200-person survey on North Korea's shifting media landscape*. Diambil kembali dari DailyNK: <https://www.dailynk.com/english/75-of-defectors-in-survey-witnessed-someone-being-punished-for-watching-foreign-media-in-north-korea/>
- Il, H. H. (2006). The North Korean Show Box. Dalam H. H. Il, *The North Korean Show Box* (북한 요시경) (hal. 356). Seoul: Malkeunsori.
- James, P. (2006). *Globalism, Nationalism, Tribalism*. London: Sage Publication.
- Janssen, S., Kuipers, G., & Verboord, M. (2008). Cultural Globalization and Arts Journalism. *American Sociological Review*, 2.
- Judkis, M. (2011, Desember 2011). *Kim Jong Il's cultural legacy: Propaganda paintings, communist 'Godzilla'*. Dipetik Mei 29, 2019, dari The Washington Post: https://www.washingtonpost.com/blogs/arts-post/post/kim-jong-ils-cultural-legacy-propaganda-paintings-communist-godzilla/2011/12/19/gIQAAbGIZ4O_blog.html?noredirect=on&utm_term=.49286ebb2dfe
- Kang, M. (2014, Juli 31). Hairstyles and Hallyu as Security Steps Back. Seoul, South Korea.
- Kang, M. J. (2014, Mei 21). *Criminal Code Inciting Border Fears*. Diambil kembali dari Daily NK: <https://www.dailynk.com/english/criminal-code-inciting-border-fear/>
- Kim, Y. (2013). Introduction: Korean Media in a Digital Cosmopolitan World. Dalam Y. Kim, *The Korean Wave: Korean Media Go Global* (hal. 2). New York: Routledge.
- Kluver, R., & Fu, W. (2004). The Cultural Globalization Index. *Nanyang Technological University*, 5.
- Kyeongnam, P. (2017, Maret 30). *South-North Korea leaflet propaganda battle heating up again*. Diambil kembali dari Hankyoreh: http://english.hani.co.kr/arti/english_edition/e_northkorea/788668.html
- Lee, S. (2015). Introduction: A Decade of Hallyu Scholarship: Toward a New Direction in Hallyu 2.0. Dalam S. Lee, & A. M. Nornes, *Hallyu 2.0: The Korean Wave in the Age of Social Media* (hal. 5). Michigan: University of Michigan Press.
- Lor, X. (2015, April 30). *Sunshine Policy a Failure or Success?* Diambil kembali dari UWBG Commons: <https://www.uwgbcommons.org/archives/27768>
- Marinescu, V. (2014). Many Faces of Hallyu in the Global World. Dalam V. Marinescu, *The Global Impact of South Korean Popular Culture* (hal. 2). London: Lexington Books.
- Ministry of Culture, S. a. (2020, 31 Januari). *Hallyu (Korean Wave)*. Diambil kembali dari Korea.net: <http://www.korea.net/AboutKorea/Culture-and-the-Arts/Hallyu#>
- NK, D. (2015, September 2). S. Korean Songs Favored at Karaoke. Seoul, South Korea.

- Park, S. (2015, Mei 21). North Korea's Market Economy with 400 Jangmadangs. Seoul, South Korea.
- Payne, R. J. (2012). Global Issues: Challenges of Globalization. Dalam R. J. Payne, *Global Issues: Politics, Economics and Culture* (hal. 9-10). New Jersey: Pearson.
- Payne, R. J., & Nassar, J. R. (2016). Cultural Interdependence. Dalam R. J. Payne, & J. R. Nassar, *Politics and Culture in the Developing World*. New York: Routledge.
- Ritzer, G. (2010). *Globalization: A Basic Text*. West Sussex: Wiley-Blackwell.
- Ritzer, G. (2011). Cultural Convergence. Dalam G. Ritzer, *Globalization: The Essentials*. West Sussex: Wiley-Blackwell.
- Steger, I. (2018, Maret 28). *Here are the K-pop acts performing in North Korea this weekend*. Diambil kembali dari Quartz: <https://qz.com/1241406/the-k-pop-acts-performing-in-north-korea-this-weekend-red-velvet-cho-yong-pil-lee-sun-hee-but-no-psy/>
- Sugianto, R. R. (2016). *Korea selatan & Korea Utara Dalam Bingkai Sunshine Policy*. Dipetik Mei 28, 2019, dari Ilmu Hubungan Internasional: <http://www.ilmu-hi.com/korea-selatan-korea-utara-dalambingkai-sunshine-policy/#>
- Suh, D. (1988). *Kim Il Sung: The North Korean Leader*. New York: Columbia University Press.
- Suh, D. M. (2013). The Birth of Two Koreas. *A Tale of Two Koreas: Breaking the Vicious Circle*, 3.
- Taek, I. K. (Sutradara). (1994). *The Taebaek Mountains* [Gambar Hidup].
- Thae, Y. H. (2017, April 4). Korean Wave, Hallyu Shakes North Korea. (M. C. Young, Pewawancara)
- Thae, Y. H. (2019). The Korean Wave As A Powerful Agent: Hidden Stories from a North Korean Defector. Dalam Y. Kim, *South Korean Popular Culture and North Korea*. New York: Routledge.
- Tudor, D. (2017). *Ask A North Korea*. Tokyo: Tuttle.
- Tudor, D. (2017). Media and Information. Dalam D. Tudor, *Ask A North Korean* (hal. 68). Tokyo: Tuttle Publishing.
- Tudor, D. (2017). Media and Information. Dalam D. Tudor, *Ask A North Korean* (hal. 67). Tokyo: Tuttle Publisher.
- Unification, M. o. (2019, September 19). *Policy on North Korean Defectors*. Diambil kembali dari Ministry of Unification: https://www.unikorea.go.kr/eng_unikorea/relations/statistics/defectors/
- Yoon, T., & Kang, B. (2017). The Histories of The Korean Wave. Dalam T. J. Yoon, & D. Y. Jin, *The Korean Wave: Evolution, Fandom and Transnationality* (hal. 5). London: Lexington Books.
- Young, C. K. (2012). The Soft Power of Hallyu, the Korean. *Hallyu, the Korean Wave*, 3-4.