

Penerimaan Budaya Asing Melalui Media Film dan Musik *Acceptance of Foreign Culture through Film and Music*

Maneza Kusuma Ayu¹⁾, Eko Purwanto²⁾

¹⁾Ilmu Komunikasi/Universitas Muhammadiyah Tangerang

²⁾Ilmu Komunikasi/Universitas Muhammadiyah Tangerang

Abstrak

Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana film dan musik asing memengaruhi penerimaan budaya asing oleh masyarakat Indonesia di tengah arus globalisasi. Di era digital seperti sekarang, media populer seperti film Hollywood, K-pop, dan musik Barat telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat Indonesia, memengaruhi cara berpikir, berinteraksi, dan membentuk identitas budaya. Melalui pendekatan kualitatif dengan kajian pustaka, penelitian ini bertujuan untuk menggali bagaimana masyarakat Indonesia menyerap, menafsirkan, dan menyesuaikan budaya asing dengan nilai-nilai lokal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun pengaruh budaya asing cukup besar, masyarakat Indonesia lebih selektif dalam menerima unsur budaya yang dianggap sesuai dengan norma sosial dan tradisi setempat. Proses ini menghasilkan fenomena hibriditas budaya, yang menggabungkan elemen-elemen budaya asing dan lokal, menciptakan identitas budaya yang bersifat dinamis. Meskipun media global memengaruhi generasi muda, nilai-nilai lokal seperti kekeluargaan, solidaritas, dan etika tetap terjaga. Penelitian ini menunjukkan bahwa globalisasi budaya melalui media tidak hanya memperkenalkan nilai-nilai asing, tetapi juga memperkaya identitas budaya lokal dengan membuka ruang untuk inovasi dan kreasi.

Kata Kunci:

Budaya Asing, Media Populer, Identitas Budaya, Globalisasi, Hibriditas Budaya, Masyarakat Indonesia.

Abstract

This research explores how foreign films and music influence Indonesians' acceptance of foreign culture in the midst of globalization. In today's digital era, popular media such as Hollywood movies, K-pop and Western music have become an integral part of Indonesians' lives, influencing the way they think, interact and shape their cultural identity. Through a qualitative approach with a literature review, this research aims to explore how Indonesians absorb, interpret and adapt foreign culture to local values. The results show that despite the considerable influence of foreign cultures, Indonesians are more selective in accepting cultural elements that are considered in accordance with social norms and local traditions. This process results in the phenomenon of cultural hybridity, which combines elements of foreign and local cultures, creating a dynamic cultural identity. Although global media influences the younger generation, local values such as kinship, solidarity and ethics are maintained. This research shows that cultural globalization through media not only introduces foreign values, but also enriches local cultural identity by opening up space for innovation and creation.

Keywords:

Foreign Culture, Popular Media, Cultural Identity, Globalization, Cultural Hybridity, Indonesian Society.

Pendahuluan

Dunia kita saat ini berubah dengan sangat cepat. Dalam hitungan detik, seseorang di Indonesia bisa menonton konser virtual dari Korea Selatan, menikmati film dari Amerika, atau mendengarkan lagu-lagu Jepang lewat ponsel mereka. Semua itu terjadi karena globalisasi proses yang membuat batas-batas geografis menjadi semakin kabur. Melalui teknologi digital yang terus berkembang, pertukaran budaya antarnegara kini berlangsung dengan sangat lancar. Seperti yang dikatakan oleh (Giddens 1990), globalisasi telah “merapatkan” ruang dan waktu, sementara (Tomlinson n.d.) menyebutnya sebagai proses di mana budaya global masuk dan menyatu dalam kehidupan lokal. (Ribertson 1995) bahkan memperkenalkan istilah *glocalization*, menggambarkan bagaimana budaya global sering diolah dan disesuaikan secara lokal.

Film dan musik menjadi dua media utama yang memainkan peran besar dalam pertukaran budaya ini. Lebih dari sekadar hiburan, keduanya membawa cerita, nilai, dan gaya hidup dari negara asalnya ke penonton di berbagai belahan dunia. Melalui adegan film atau lirik lagu, kita bisa memahami bagaimana orang di tempat lain berpikir, berperilaku, atau memaknai hidup. Seperti yang dijelaskan oleh (Stuart Hall 1997), media tidak hanya mencerminkan realitas, tapi juga membentuknya. (Appadurai 1996) menyoroti bagaimana media menciptakan lanskap budaya global yang mempengaruhi imajinasi masyarakat, dan (Morley, David; Robins 1995) menggambarkan bagaimana media dapat membangun koneksi emosional antara individu dengan dunia yang jauh.

Di Indonesia, pengaruh budaya asing terlihat semakin kuat, terutama di kalangan generasi muda. Gelombang K-pop, drama Korea, anime Jepang, dan film Hollywood telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari banyak orang. Mereka tak hanya menonton atau mendengarkan, tapi juga meniru dari cara berpakaian, gaya rambut, bahkan sampai cara berbicara. Menurut (Iwabuchi 2002), hal ini bisa terjadi karena budaya populer, seperti K-pop dan anime,

dianggap “tidak berbau” budaya tertentu, sehingga lebih mudah diterima. (Heryanto 2014) menyebut fenomena ini sebagai bentuk penciptaan identitas kultural baru yang bersifat campuran, dan (Chua, Beng Huat; Iwabuchi 2008) melihatnya sebagai bukti bahwa budaya populer bisa menciptakan komunitas lintas negara dan lintas budaya.

Namun, tidak semua orang menerima budaya asing begitu saja. Banyak yang tetap selektif, memilih mana yang sesuai dengan nilai-nilai lokal, dan menolak yang dirasa bertentangan. Ini menunjukkan bahwa masyarakat bukanlah penonton pasif. Mereka aktif memaknai dan menyesuaikan isi media dengan konteks mereka sendiri. (Stuart Hall 1980a) menjelaskan bahwa pesan dalam media bisa diinterpretasikan secara berbeda oleh audiens yang berbeda. (David Morley 1992) menambahkan bahwa latar belakang sosial sangat memengaruhi bagaimana orang memahami media. Sementara (Livingstone 2004) menekankan pentingnya literasi media kemampuan untuk memahami, menafsirkan, dan bahkan mengkritik isi media.

Cara orang menyaring budaya asing sangat dipengaruhi oleh banyak hal, seperti tingkat pendidikan, lingkungan sosial, hingga kemampuan mereka memahami media. (Bourdieu 1984) mengungkapkan bahwa pengetahuan dan pengalaman budaya sangat tergantung pada posisi sosial seseorang. (Buckingham 2003) menyebut literasi media sebagai keterampilan penting di era digital ini, dan (Nugroho, Yanuar; Putri, Dwi Arum; Laksmi 2012) menunjukkan bahwa kesenjangan informasi di Indonesia menyebabkan perbedaan besar dalam cara masyarakat menanggapi budaya luar ada yang kritis, ada yang sekadar mengikuti tren.

Di sisi lain, kekhawatiran juga muncul. Ketika media lokal kalah bersaing, simbol dan nilai-nilai budaya asing bisa mendominasi ruang publik. Hal ini bisa mengikis rasa bangga terhadap budaya sendiri. (Said 1993) mengingatkan kita tentang bahaya *cultural imperialism*, yaitu ketika budaya asing menjadi begitu dominan

hingga budaya lokal tersingkir. (Kraidy 2005) juga memperingatkan bahwa meskipun kita bicara tentang hibridisasi, relasi kekuasaan tetap ada dalam pertukaran budaya ini. (Sen, Krishna; Hill 2000) menegaskan bahwa dominasi media asing bukan hanya soal hiburan, tapi juga bisa membawa pengaruh ideologis yang dalam, terutama pada generasi muda.

Namun, penting juga untuk tidak melihat budaya lokal sebagai korban semata. Dalam banyak kasus, budaya lokal mampu beradaptasi dan bahkan memperkaya dirinya melalui interaksi dengan budaya luar. (Garcia Canclini 1995) menyebut ini sebagai *cultural hybridization* campuran kreatif antara yang lokal dan yang global. (Pieterse 2004) juga menyatakan bahwa globalisasi bukan hanya soal penyeragaman, tapi juga tentang penciptaan bentuk-bentuk budaya baru. (Barker 2012) menambahkan bahwa identitas budaya kini tidak lagi kaku, tapi cair dan terus berubah, mengikuti arus global tanpa harus kehilangan akar lokalnya.

Dengan latar belakang ini, menjadi sangat penting untuk memahami bagaimana masyarakat Indonesia merespons budaya asing, terutama yang datang melalui film dan musik. Penelitian semacam ini akan membantu kita melihat sejauh mana budaya global memengaruhi gaya hidup, cara berpikir, dan nilai-nilai masyarakat. (Appadurai 1996) menekankan bahwa pertukaran budaya tidak selalu mulus penuh ketegangan dan kompleksitas. (Straubhaar 2007) menunjukkan bahwa meskipun konten asing membanjiri media, orang tetap cenderung memilih konten yang terasa dekat dengan mereka secara budaya. Maka dari itu, Indonesia, dengan segala keberagaman dan dinamika budayanya, menjadi tempat yang sangat menarik untuk melihat bagaimana budaya global dan lokal saling berinteraksi.

Rumusan Masalah

Dalam konteks globalisasi yang mempercepat arus masuk budaya asing melalui media seperti film dan musik, masyarakat Indonesia khususnya generasi muda menjadi kelompok yang paling terpapar oleh pengaruh ini. Namun,

pengaruh tersebut tidak diterima secara seragam. Sebagian masyarakat menerima dan mengadaptasinya ke dalam kehidupan sehari-hari, sementara sebagian lainnya menyeleksi atau bahkan menolak nilai-nilai yang dianggap bertentangan dengan norma lokal. Di tengah dinamika ini, muncul pertanyaan-pertanyaan penting yang perlu dikaji lebih lanjut, yaitu:

1. Bagaimana pengaruh media film dan musik asing terhadap pola konsumsi budaya di kalangan masyarakat Indonesia?
2. Sampai sejauh mana masyarakat Indonesia, terutama generasi muda, menerima, menyesuaikan, atau menolak nilai-nilai budaya asing yang disajikan melalui media?
3. Apa konsekuensi dari dominasi media asing terhadap identitas budaya lokal di Indonesia?
4. Faktor-faktor apa saja yang memengaruhi masyarakat Indonesia dalam menyaring dan mengadaptasi unsur budaya asing?

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai hubungan antara penetrasi budaya asing melalui film dan musik dengan penerimaan budaya oleh masyarakat Indonesia. Secara spesifik, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengkaji bagaimana film dan musik asing berperan sebagai agen penyebaran budaya global di Indonesia.
2. Meneliti bagaimana masyarakat Indonesia, terutama kalangan muda, merespons berbagai unsur budaya asing yang hadir melalui media, baik dalam bentuk penerimaan, penyesuaian, maupun penolakan.
3. Mengungkap dampak positif maupun negatif dari konsumsi media asing terhadap identitas dan kebudayaan lokal di Indonesia.
4. Menjelaskan bagaimana proses seleksi dan adaptasi budaya asing berlangsung di tengah masyarakat Indonesia, serta faktor-faktor seperti

pendidikan, literasi media, dan latar sosial yang memengaruhinya.

*Korespondensi Penulis:

E-mail: xxxx@ubm.ac.id

Tinjauan Pustaka

Di tengah globalisasi yang berkembang pesat, budaya populer kini menjadi salah satu bentuk budaya yang paling mendominasi. Hal ini disebabkan oleh karakteristik budaya populer yang mudah diakses, fleksibel, dan sering kali dianggap memiliki daya tarik universal. (Tomlinson 1999) menjelaskan bahwa globalisasi lebih dari sekadar fenomena ekonomi atau teknologi; ia juga melibatkan pertukaran budaya yang melintasi batas-batas negara. Kita dapat melihat contoh konkret dari fenomena ini melalui penyebaran berbagai produk budaya seperti film Hollywood, K-pop dari Korea, anime Jepang, dan musik Barat, yang telah menyatu dalam kehidupan sehari-hari masyarakat global. Produk-produk budaya ini menciptakan lanskap kultural baru yang memengaruhi cara kita berpikir, berperilaku, hingga memilih gaya hidup (John Storey 2006). Dalam hal ini, budaya populer menjadi alat yang efektif dalam membentuk identitas transnasional, yang memungkinkan orang-orang di berbagai belahan dunia merasakan adanya ikatan emosional melalui konsumsi media yang serupa (Held, David; McGrew 2007). Hal ini menunjukkan bahwa budaya populer bukan hanya sebagai hiburan, tetapi juga berperan dalam mempererat hubungan antarbudaya di dunia yang semakin terhubung.

Media, khususnya film dan musik, tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan pesan, tetapi juga berperan sebagai agen utama yang membentuk realitas sosial dan budaya. (McLuhan 2005) menyatakan bahwa media adalah "perpanjangan dari manusia", yang berarti media memperluas kemampuan indera manusia dan memengaruhi cara kita

memahami dunia. Dalam konteks ini, film dan musik bukan hanya sarana hiburan, tetapi juga medium untuk menyampaikan nilai-nilai, simbolisme, dan ideologi dari budaya asalnya. Audiens lokal tidak hanya sekadar terpapar oleh budaya asing, tetapi juga secara tidak langsung terlibat dalam budaya tersebut. Pandangan ini sejalan dengan pendapat (Douglas Kellner 1995), yang menyatakan bahwa media populer sering kali menyajikan narasi ideologis yang berpengaruh pada cara kita memahami dunia. (Jenkins 2006) lebih lanjut menekankan pentingnya partisipasi audiens dalam konsumsi media, di mana penonton tidak hanya pasif, tetapi juga berkontribusi dalam menciptakan makna baru dari konten yang mereka konsumsi. Proses ini menggambarkan bagaimana audiens, meskipun mengonsumsi budaya asing, tetap aktif dalam menentukan bagaimana mereka merespons dan menafsirkan pesan yang terkandung dalam media tersebut.

Teori resepsi yang diperkenalkan oleh (Stuart Hall 1980a) memberikan landasan yang sangat berguna untuk memahami bagaimana audiens menafsirkan pesan yang mereka terima dari media. Hall menekankan bahwa audiens tidak hanya menerima pesan secara pasif, tetapi berperan aktif dalam proses decoding, yang membagi hasil interpretasi menjadi tiga kategori: penerimaan dominan-hegemonik, negosiasi, dan oposisi. Pendekatan ini penting untuk memahami bagaimana masyarakat Indonesia merespons budaya asing yang disalurkan melalui film dan musik. (David Morley 1992) melengkapi teori ini dengan menekankan pentingnya konteks sosial dalam memengaruhi bagaimana audiens menafsirkan pesan media. Sementara (Fiske 1987) mengungkapkan bahwa audiens adalah pencipta makna dalam interaksi mereka dengan teks budaya, yang artinya proses adaptasi budaya asing tidak hanya tergantung pada pesan yang disampaikan oleh media, tetapi juga dipengaruhi oleh

kondisi sosial yang ada di masyarakat. Dalam hal ini, masyarakat Indonesia, seperti halnya audiens di negara lain, terlibat dalam negosiasi dan penciptaan makna budaya berdasarkan latar belakang sosial dan budaya mereka.

Diskusi tentang dominasi budaya asing tak lepas dari konsep *cultural imperialism* yang diperkenalkan oleh (Schiller 1976), yang menganggap bahwa media internasional, terutama yang berasal dari negara-negara Barat, turut menyebarkan dominasi budaya mereka ke negara-negara berkembang. (Sreberny-Mohammadi 1997) mendukung pandangan ini dengan menunjukkan bahwa distribusi media global sering kali tidak seimbang, di mana negara-negara berkembang lebih banyak menjadi konsumen daripada produsen budaya. Ketimpangan ini dapat mengancam keberagaman budaya lokal dan menciptakan homogenisasi budaya yang membuat budaya lokal semakin terpinggirkan. (Boyd-Barrett 1998) menambahkan bahwa dominasi industri media global, terutama Hollywood, berisiko menghapuskan identitas budaya lokal, mengubah cara pandang masyarakat terhadap nilai-nilai dan simbol budaya mereka. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji bagaimana dominasi media asing berpotensi menggeser simbol-simbol budaya lokal, yang pada akhirnya berdampak pada rasa kebanggaan dan identitas budaya di masyarakat.

Teori difusi inovasi yang diajukan oleh (Rogers 2003) memberikan wawasan tambahan dalam memahami bagaimana budaya asing diterima dalam masyarakat. Rogers menjelaskan bahwa proses adopsi budaya baru, termasuk film dan musik, terjadi dalam beberapa tahap yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kesesuaian budaya, kompleksitas inovasi, dan karakter individu. Proses ini menunjukkan bahwa meskipun sebagian orang dengan cepat menerima budaya asing, ada pula kelompok yang menunjukkan

resistensi. Konsep ini mendapat dukungan dari (Bourdieu 1984), yang mengemukakan bahwa habitus pola pikir yang terbentuk dari latar belakang sosial memengaruhi pilihan budaya seseorang. (Manuel Castells 2000) mempertegas bahwa dalam jaringan global, pertukaran budaya terjadi lebih cepat dan luas, menjadikan media sebagai saluran utama yang mempercepat difusi nilai-nilai budaya asing ke berbagai negara. Oleh karena itu, konsumsi budaya asing di Indonesia tidak terjadi secara seragam; masyarakat tetap mempertahankan nilai-nilai lokal mereka meskipun terpapar budaya asing yang begitu kuat.

Studi empiris juga menunjukkan peran besar media dalam penerimaan budaya asing di Indonesia. Sebagai contoh, penelitian oleh (Nuraini 2021) menemukan bahwa remaja yang rutin menonton drama Korea cenderung meniru gaya berpakaian, cara berbicara, dan bahkan pola pikir yang berasal dari budaya Korea. Namun, seperti yang ditemukan oleh (Heryanto 2010), meskipun ada adopsi elemen budaya asing, proses ini tidak berlangsung secara linier. Nilai-nilai yang dianggap bertentangan dengan norma lokal sering kali diadaptasi atau bahkan ditolak. (Kitley 2000) juga mencatat bahwa masyarakat Indonesia tidak hanya menjadi konsumen budaya asing, tetapi juga aktif dalam berinteraksi dengan media, memilih unsur-unsur budaya asing yang dapat diterima, dan menyesuakannya dengan konteks lokal mereka. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun media asing memengaruhi banyak aspek kehidupan, masyarakat Indonesia tetap memiliki kontrol dalam menentukan bagaimana budaya asing diterima dan dipraktikkan dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif untuk menggali pemahaman mendalam tentang fenomena yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari. (Abdussamad 2021) menyebutkan bahwa

pendekatan kualitatif berfokus pada menggali makna di balik pengalaman atau peristiwa, dengan melihatnya dalam konteks alami yang ada di sekitar kita. Dalam hal ini, pendekatan ini digunakan untuk memahami bagaimana masyarakat Indonesia merespons budaya asing yang datang lewat film dan musik. Untuk mendalami topik ini, desain yang digunakan adalah *literatur review* atau kajian pustaka. Sebagaimana dijelaskan oleh (Marzali 2016), *literatur review* melibatkan penelaahan terhadap berbagai sumber tertulis, seperti jurnal, buku, dan artikel yang relevan dengan topik yang diteliti. Dengan mengumpulkan informasi dari berbagai literatur ini, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang bagaimana budaya asing memengaruhi masyarakat Indonesia dalam era globalisasi (Wolcott 1994).

Hasil Dan Pembahasan

1. Representasi Budaya Asing dalam Film dan Musik

Budaya asing yang hadir melalui media seperti film dan musik tidak hanya sekadar dipresentasikan, tetapi juga membawa pengaruh yang signifikan. Media ini menyampaikan nilai-nilai, ideologi, dan gaya hidup yang kuat terkait dengan masyarakat asalnya. Sebagai contoh, film Hollywood sering kali menonjolkan nilai-nilai seperti individualisme, kebebasan berpikir, dan rasionalitas, yang mencerminkan dinamika masyarakat Barat. Sebaliknya, drama Korea dan musik K-pop lebih menekankan pada keindahan visual, solidaritas kelompok, dan etos kerja yang tinggi, yang menggambarkan karakteristik budaya Timur yang lebih kolektif dan harmoni. Ini menunjukkan bahwa media tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai alat penyebaran ideologi

dan nilai-nilai budaya tertentu yang dapat membentuk cara pandang audiens terhadap budaya asing (D. Morley 1995). Walaupun media dalam bentuk hiburan, film dan musik membawa muatan budaya yang mempengaruhi cara kita melihat dunia luar, menggambarkan bagaimana budaya dapat tersampaikan melalui hiburan (D. Kellner 1995). Dengan demikian, media memiliki peran penting dalam membentuk persepsi audiens terhadap nilai-nilai yang ada dalam budaya asing (S. Hall 1995).

Selain narasi cerita, elemen-elemen visual dan musikal dalam media juga memiliki pengaruh besar dalam membentuk persepsi audiens terhadap budaya asing. Sebagai contoh, drama Korea sering kali menggabungkan elemen modern dan tradisional, menciptakan gambaran yang positif tentang masyarakat yang mampu mengharmonikan keduanya. Hal serupa dapat ditemukan dalam musik K-pop yang enerjik dan penuh semangat, menekankan pentingnya kerja sama dan profesionalisme, yang kemudian memikat audiens global. Elemen-elemen visual dan musikal ini tidak hanya mempengaruhi cara audiens memandang budaya asing, tetapi juga membangun hubungan emosional yang memudahkan mereka untuk mengidentifikasi diri dengan budaya tersebut (Bartesh 1972). Melalui media, simbol-simbol budaya dari masyarakat asalnya didistribusikan, mencerminkan nilai-nilai yang ingin disampaikan, dan bagaimana audiens memahami serta merespons simbol-simbol tersebut melalui lensa budaya mereka sendiri (Mirzoeff 2002). Dalam hal ini, musik, sebagai bagian dari media, berperan penting dalam membentuk persepsi terhadap budaya asing dengan cara yang sangat efektif (Frith 1996).

Tidak hanya narasi yang menjadi faktor penting, tema-tema universal dalam film sering kali mampu melintasi batas-batas budaya. Misalnya, (Joon-ho 2019) yang mengangkat isu kesenjangan sosial meskipun memiliki latar belakang budaya yang sangat spesifik, tetap bisa diterima oleh audiens global karena tema tersebut bersifat universal dan menyentuh aspek kemanusiaan yang bisa dipahami oleh siapa saja. Teori *cultural proximity* yang dikemukakan oleh (Straubhaar 1991) menjelaskan bagaimana audiens lebih mudah menerima budaya yang memiliki kedekatan dengan nilai-nilai mereka, sementara (Appadurai 1996) menambahkan bahwa konsep nilai universal memungkinkan audiens di seluruh dunia untuk mengidentifikasi dengan tema-tema dasar manusiawi yang ada dalam media asing. Hal ini memperlihatkan bahwa meskipun berasal dari budaya yang berbeda, media global dapat menghubungkan kita dengan ide-ide yang lebih luas dan mengurangi hambatan kultural yang ada.

2. Proses Penerimaan Budaya Asing oleh Masyarakat

Penerimaan budaya asing oleh masyarakat Indonesia bukanlah suatu proses yang pasif; masyarakat tidak menerima begitu saja segala elemen budaya asing, tetapi melalui proses aktif berupa seleksi dan penyesuaian. Misalnya, meskipun masyarakat Indonesia terpapar media global seperti drama Korea dan musik K-pop, mereka hanya mengadopsi elemen-elemen yang dianggap selaras dengan nilai dan norma yang berlaku di masyarakat Indonesia. Dalam hal ini, teori encoding/decoding dari (Stuart Hall 1980b) menjelaskan bahwa audiens memiliki kekuatan untuk menafsirkan dan memberi makna pada media sesuai

dengan latar belakang budaya dan sosial mereka. Proses ini menunjukkan bahwa penerimaan budaya asing tidak terjadi secara otomatis, melainkan bergantung pada bagaimana masyarakat menilai kesesuaian elemen-elemen asing dengan nilai-nilai lokal mereka.

Sebagai contoh, masyarakat Indonesia cenderung lebih terbuka terhadap budaya asing yang mengusung nilai-nilai seperti kekeluargaan, kerja keras, dan sopan santun, yang sejalan dengan budaya lokal. Drama Korea, yang seringkali menampilkan narasi tentang pentingnya kebersamaan, keluarga, dan solidaritas, lebih mudah diterima daripada film Barat yang lebih mengutamakan individualisme. Hal ini sesuai dengan teori *cultural proximity* dari (Straubhaar 1991), yang menyatakan bahwa masyarakat cenderung lebih menerima budaya yang memiliki kedekatan dengan budaya mereka sendiri. Begitu juga dengan teori hibriditas budaya yang dikemukakan oleh (García Canclini 1995) dan (Pieterse 2009), yang menyebutkan bahwa interaksi antara budaya lokal dan asing menghasilkan bentuk-bentuk identitas budaya yang baru, yang menggabungkan elemen-elemen dari keduanya tanpa mengorbankan nilai-nilai lokal.

Fenomena penerimaan budaya asing di Indonesia juga terlihat dalam perubahan perilaku remaja, terutama dalam hal gaya hidup. Penelitian oleh (Nuraini 2021), (Handayani 2019), dan (Prasetyo 2020) menunjukkan bahwa banyak remaja Indonesia yang gemar menonton K-drama atau mendengarkan K-pop, sering meniru gaya berbusana dan gaya hidup para idolanya. Meskipun demikian, mereka tetap mempertahankan nilai-nilai lokal seperti kesopanan, etika, dan sopan santun dalam interaksi sosial mereka.

Ini menunjukkan bahwa meskipun budaya asing memberi pengaruh yang besar, identitas budaya lokal tetap ada dan tidak hilang begitu saja. Proses ini mencerminkan adanya hibriditas budaya, di mana budaya asing dan budaya lokal berbaur secara dinamis, menciptakan ruang bagi terbentuknya identitas budaya yang lebih fleksibel dan adaptif terhadap pengaruh global.

3. Interaksi Media Global dengan Nilai Lokal

Interaksi antara media global dan nilai lokal di Indonesia menunjukkan bahwa meskipun budaya asing memiliki pengaruh besar, hal ini tidak berarti budaya lokal hilang. Sebaliknya, budaya lokal dan global berinteraksi secara dinamis, saling mempengaruhi, dan menciptakan bentuk-bentuk budaya baru. Dalam hal ini, proses globalisasi budaya dapat dilihat sebagai pertemuan antara elemen-elemen budaya asing dan lokal, yang menghasilkan budaya hibrida. Hal ini sejalan dengan pandangan (Tomlinson 1999), (Nederveen Pieterse 2004), dan (Kraidy 2005) yang menekankan bahwa globalisasi budaya bukanlah proses penyerapan satu arah, melainkan pertemuan dan perpaduan antara budaya yang berbeda. Dalam konteks Indonesia, masyarakat berhasil memanfaatkan pengaruh budaya asing dengan cara yang selektif, mengadopsi elemen-elemen yang sesuai dengan norma sosial dan budaya mereka, sementara elemen-elemen yang dianggap tidak sesuai dengan nilai lokal ditolak atau diubah.

Munculnya grup musik Indonesia yang mengadopsi gaya K-pop namun tetap mempertahankan bahasa dan tema lokal mencerminkan betapa dinamisnya proses adaptasi budaya. Fenomena ini menunjukkan bagaimana budaya lokal tidak hanya sekadar

terpengaruh oleh budaya asing, tetapi juga mampu mengintegrasikan elemen-elemen asing untuk menciptakan bentuk ekspresi baru yang tetap relevan dengan konteks sosial setempat. Dalam kajian (Iwabuchi 2002) tentang budaya populer Jepang, ia menekankan pentingnya proses "*glocalization*", di mana budaya lokal dan global berinteraksi untuk membentuk identitas budaya yang unik. Sementara itu, (Ribertson 1995) memperkenalkan konsep serupa, di mana globalisasi tidak hanya membawa homogenitas budaya, tetapi juga menciptakan ruang bagi keragaman melalui adaptasi lokal yang cermat. (Appadurai 1996) juga memberikan perhatian pada peran imajinasi dalam globalisasi budaya, yang memungkinkan masyarakat lokal untuk memanfaatkan media dan teknologi guna menciptakan narasi budaya yang segar dan bermakna. Dengan begitu, globalisasi tidak hanya memperkenalkan budaya asing ke masyarakat lokal, tetapi juga membuka peluang bagi inovasi dan kreativitas dalam ekspresi budaya lokal, yang dapat membentuk identitas yang lebih kaya dan kompleks.

Interaksi antara media global dan nilai-nilai lokal menciptakan ruang bagi perdebatan dan refleksi terhadap nilai budaya. Sebagai contoh, nilai individualisme yang sering muncul dalam film-film Barat sering kali dipertanyakan dalam konteks Indonesia, yang lebih mengutamakan kebersamaan dan solidaritas. Audiens Indonesia tidak hanya menerima budaya asing tanpa kritik, tetapi mereka juga merenungkan apakah nilai-nilai tersebut selaras atau bertentangan dengan nilai-nilai budaya mereka sendiri. Proses ini menggambarkan dialektika budaya yang terjadi antara budaya asing dan lokal, di mana masyarakat Indonesia tidak hanya

menerima elemen-elemen asing, tetapi juga menafsirkannya dan menyesuainya dengan konteks lokal mereka (J. Storey 2018). Hal ini menunjukkan kemampuan masyarakat Indonesia untuk mempertahankan identitas budaya mereka sambil tetap beradaptasi dengan pengaruh global yang berkembang pesat. (Barker 2008). Selain itu, proses ini juga menunjukkan bagaimana masyarakat Indonesia dapat menafsirkan dan menyaring elemen-elemen asing untuk menyesuaikan dengan budaya lokal mereka (Jenkins 2006).

4. Dampak Jangka Panjang terhadap Identitas Budaya Lokal

Salah satu dampak yang cukup signifikan dari interaksi dengan budaya asing adalah perubahan dalam pembentukan identitas budaya lokal, terutama di kalangan generasi muda. Media global, khususnya film dan musik, kini menjadi referensi utama dalam pembentukan gaya hidup, cara berpikir, dan cara berinteraksi. Masyarakat, terutama generasi muda, mulai mengadopsi elemen-elemen dari budaya asing seperti bahasa, cara berpakaian, dan pola makan. Hal ini menunjukkan bahwa identitas budaya semakin bersifat dinamis dan terbuka terhadap pengaruh luar, seperti yang diungkapkan oleh (M. Castells 2010), yang menyatakan bahwa identitas kini berkembang di ruang digital global dan tidak lagi bergantung sepenuhnya pada komunitas lokal. (Jenkins 2006) dan (Flew 2007) juga mengemukakan bahwa budaya populer global memainkan peran besar dalam pembentukan identitas yang lebih lintas negara dan tidak terbatas hanya pada ruang lokal.

Namun, perubahan ini tidak selalu membawa dampak negatif terhadap identitas budaya lokal. Sebaliknya,

seperti yang diungkapkan oleh (Stuart Hall 1990), identitas budaya selalu bersifat konstruktif dan berkembang melalui interaksi dengan berbagai pengaruh eksternal. Oleh karena itu, meskipun pengaruh budaya asing semakin besar, masyarakat Indonesia tetap mampu menyesuaikan diri dan menghasilkan bentuk identitas yang lebih terbuka dan fleksibel. (Bhaba 1994) dan (Ang 2001) berpendapat bahwa masyarakat memiliki kemampuan untuk menegosiasikan dan mengatur posisi identitas mereka di antara arus budaya lokal dan global. Proses ini mencerminkan bahwa identitas budaya tidaklah statis, tetapi selalu terbuka untuk pembaruan dan penyesuaian, sehingga masyarakat Indonesia mampu mengembangkan bentuk identitas yang lebih relevan dengan perubahan zaman tanpa kehilangan akar budaya lokal mereka.

Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa film dan musik asing, yang menjadi bagian dari media global, sangat memengaruhi cara masyarakat Indonesia mengonsumsi budaya dan membentuk identitas mereka. Produk budaya seperti film Hollywood, K-pop, anime Jepang, dan musik Barat bukan hanya menyediakan hiburan, tetapi juga membawa serta nilai-nilai dan ideologi yang berasal dari budaya asalnya. Media ini berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan budaya asing dengan masyarakat lokal, menciptakan ruang bagi pertukaran budaya yang lebih dalam. Namun, masyarakat Indonesia tidak hanya menerima budaya asing dengan pasif; mereka aktif dalam menyerap nilai-nilai yang dianggap sesuai dengan tradisi dan norma lokal mereka, sekaligus menyesuaikan elemen-elemen yang dianggap bertentangan dengan budaya lokal.

Fenomena ini tidak sekadar menunjukkan adopsi budaya asing, tetapi juga menghasilkan apa yang disebut hibriditas budaya, yakni pencampuran

antara elemen budaya lokal dan global. Sebagai contoh, grup musik lokal yang terinspirasi oleh K-pop namun menggunakan bahasa dan konteks Indonesia, menggambarkan bahwa media global tidak hanya memperkenalkan budaya asing, tetapi juga memberikan ruang bagi terciptanya inovasi budaya yang relevan dan kontekstual dengan masyarakat Indonesia. Proses ini tidak hanya melibatkan penyerapan budaya, tetapi juga pemilihan yang selektif, di mana masyarakat Indonesia memilih elemen-elemen asing yang bisa berharmoni dengan nilai-nilai lokal seperti kekeluargaan, solidaritas, dan kerja keras.

Namun, di balik proses penerimaan ini, terdapat pula ketegangan antara budaya global yang cenderung dominan dan usaha untuk menjaga identitas lokal. Misalnya, dalam banyak film Barat yang menonjolkan individualisme, masyarakat Indonesia sering kali merasa adanya jarak dengan nilai-nilai kolektivisme yang mereka pegang erat. Meski demikian, masyarakat Indonesia tidak hanya menerima budaya asing begitu saja, tetapi juga merefleksikan dan menegosiasikan makna dari budaya tersebut dalam konteks sosial dan budaya mereka. Ini menunjukkan bahwa proses penerimaan budaya asing tidak menggantikan budaya lokal, melainkan memperkaya dan memperluas pemahaman budaya Indonesia, dengan masyarakat tetap menjaga nilai-nilai inti mereka.

Proses ini juga sangat terlihat dalam perubahan cara hidup, terutama di kalangan generasi muda. Gaya hidup yang dipengaruhi oleh K-pop, misalnya, mulai terlihat dalam cara berpakaian, penggunaan bahasa Korea, dan pola makan ala Korea. Namun, meskipun ada perubahan dalam gaya hidup, nilai-nilai lokal tetap dipertahankan, seperti rasa hormat terhadap orang tua, kesopanan, dan pentingnya hubungan sosial. Ini menunjukkan bahwa meskipun budaya asing dapat memberikan pengaruh besar, masyarakat Indonesia tetap mempertahankan jati diri mereka melalui nilai-nilai yang sudah ada dalam tradisi mereka.

Secara keseluruhan, penelitian ini menggarisbawahi bahwa globalisasi budaya melalui media, terutama film dan musik, bukan hanya menghasilkan homogenisasi budaya, tetapi juga membuka peluang untuk memperkaya identitas budaya lokal. Media global memberikan kesempatan bagi masyarakat Indonesia untuk berpartisipasi dalam dialog budaya yang lebih luas dan beragam. Dalam proses ini, masyarakat Indonesia tidak hanya menerima budaya asing, tetapi juga mengadaptasi dan menyesuaikannya dengan nilai-nilai lokal mereka, menciptakan identitas yang lebih terbuka, fleksibel, dan relevan dengan perkembangan zaman. Ini membuktikan bahwa globalisasi budaya bukan ancaman terhadap identitas nasional, melainkan kesempatan untuk memperluas dan memperkaya identitas budaya yang lebih dinamis dan inovatif.

Daftar Pustaka

- Abdussamad, Ahmad. 2021. *Pendekatan Kualitatif Dalam Penelitian Sosial*. Jakarta: Penerbit Ilmu Sosial.
- Ang, Ien. 2001. *On Not Speaking Chinese: Living Between Asia and the West*. Routledge.
- Appadurai, Arjun. 1996. *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. University of Minnesota Press. <https://www.upress.umn.edu/9780816627936/modernity-at-large/>.
- Barker, Chris. 2008. *Cultural Studies: Theory and Practice*. 3rd ed. SAGE Publications. doi:10.4135/9781446212196.
- Barker, Chris. 2012. *Cultural Studies: Theory and Practice*. 4th ed. London: Sage Publications. <https://archive.org/details/culturalstudies0004bark>.
- Bartesh, Roland. 1972. *Mythologies*. Hill and

- Wang.
<https://www.amazon.co.uk/Mythologi-es-Roland-Barthes/dp/0374521506>.
- Bhaba, Homi K. 1994. *The Location of Culture*. Roud Ledge.
- Bourdieu, Pierre. 1984. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Harvard University Press.
<https://www.hup.harvard.edu/books/9780674212770>.
- Boyd-Barrett, Oliver. 1998. *Media Imperialism Reformulated*. ed. Daya Kishan Thussu. Arnold.
- Buckingham, David. 2003. *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture*. Cambridge: Polity Press.
<https://www.amazon.com/Media-Education-Literacy-Learning-Contemporary/dp/0745628303>.
- Castells, M. 2010. *The Power of Identity (2nd Ed.)*. Oxford: Wiley-Blackwell.
doi:10.1002/9781444318234.
- Castells, Manuel. 2000. *The Rise of the Network Society*. 2nd ed. ed. Wiley-Blackwell. Methuen.
<https://www.wiley.com/en-us/The+Rise+of+the+Network+Societ+y%2C+2nd+Edition%2C+with+a+New+Preface-p-9781405196864>.
- Chua, Beng Huat; Iwabuchi, Koichi. 2008. *East Asian Pop Culture: Analysing the Korean Wave*. Hong Kong: Hong Kong University Press.
<https://www.jstor.org/stable/j.ctt1xwb6n>.
- Fiske, John. 1987. *Television Culture*. Methuen.
doi:10.4324/9780203133446.
- Flew, Terry. 2007. *Understanding Global Media*. Palgrave Macmillan.
<https://www.amazon.com/Understanding-Global-Media-Terry-Flew/dp/1403920486>.
- Frith, S. 1996. "Music and Identity." In *Questions of Cultural Identity*, ed. P. Hall, S. & du Gay. SAGE Publications, 108-127.
doi:10.4135/9781446221907.n7.
- García Canclini, Néstor. 1995. *Hybrid Cultures: Strategies for Entering and Leaving Modernity*. University of Minnesota Press.
- Giddens, Anthony. 1990. *The Consequences of Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Hall, S. 1995. "Culture, Globalization, and the World-System: Contemporary Conditions for the Representation of Identity." In ed. N/A. University of Minnesota Press, 19-40.
doi:10.5749/jctv.2.2.0330.
- Hall, Stuart. 1980a. "Cultural Studies: Two Paradigms." *Media, Culture & Society* 2(1): 57-72.
doi:10.1177/016344378000200106.
- Hall, Stuart. 1980b. *Encoding/Decoding*. ed. Paul Hall, Stuart and Hobson, Dorothy and Lowe, Andrew and Willis. Rout Ledge.
- Hall, Stuart. 1990. *Culture Identity and Diaspora*. ed. Jonathan Rutherford. Lawrence & Wishart.
- Hall, Stuart. 1997. *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. SAGE Publications.
- Handayani, Nurul. 2019. "Pengaruh Budaya Pop Korea Terhadap Gaya Hidup Remaja Di Jakarta." *Jurnal Ilmu Sosial dan Politik* 6(1): 45-57.
- Held, David; McGrew, Anthony. 2007. *Globalization/Anti-Globalization*. Cambridge: Polity Press.
- Heryanto, Ariel. 2010. *Identitas Dan Kenikmatan: Politik Budaya Layar Indonesia*. Kepustakaan Populer Gramedia.
- Heryanto, Ariel. 2014. *Identity and Pleasure: The Politics of Indonesian Screen Culture*. Singapore: NUS Press.
- Iwabuchi, Koichi. 2002. *Recentering Globalization: Popular Culture and Japanese Transnationalism*. Duke

- University Press.
- Jenkins, Henry. 2006. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. NYU Press.
- Joon-ho, Bong. 2019. *Parasite*. South Korea: CJ Entertainment.
- Kellner, D. 1995. *Media Culture: Cultural Studies, Identity, and Politics Between the Modern and the Postmodern*. Routledge.
doi:10.4324/9780203167247.
- Kellner, Douglas. 1995. *Media Culture: Cultural Studies, Identity and Politics Between the Modern and the Postmodern*. Roudledge.
- Kitley, Philip. 2000. *Television, Nation, and Culture in Indonesia*. Ohio University Center for Internasional Studies.
- Kraidy, Marwan M. 2005. *Hybridity, or the Cultural Logic Of Globalization*. Temple University Press.
doi:10.26530/oapen_626979.
- Livingstone, Sonia. 2004. "Media Literacy and the Challenge of New Information and Communication Technologies." *The Communication Review* 7(1): 3-14.
doi:10.1080/10714420490280152.
- Marzali, A. 2016. "Menulis Kajian Literatur." *Etnografi Indonesia*.
- McLuhan, Marshall. 2005. *Understanding Media : The Extensions of Man*. Recording for the Blind & Dyslexic.
- Mirzoeff, N. 2002. "Ghostwriting: Working out Visual Culture." *Journal of Visual Culture* 1(2): 229-236.
doi:10.1177/147041290200100206.
- Morley, David; Robins, Kevin. 1995. *Spaces of Identity: Global Media, Electronic Landscapes and Cultural Boundaries*. London: Roudledge.
- Morley, D. 1995. *Television, Audiences, and Cultural Studies*. Routledge.
doi:10.4324/9780203438501.
- Nederveen Pieterse, Jan. 2004. *Globalization and Culture: Global Melange*. Rowman & Littlefield.
doi:10.4324/9780429495454.
- Nugroho, Yanuar; Putri, Dwi Arum; Laksmi, Shita. 2012. *Mapping the Landscape of the Media Industry in Contemporary Indonesia*. Jakarta: Centre for Innovation Policy and Governance (CIPG).
- Nuraini, Rina. 2021. "Dampak Konsumsi Drama Korea Terhadap Budaya Remaja Di Indonesia." *Jurnal Komunikasi* 13(2): 115-30.
- Pieterse, Jan Nederveen. 2004. *Globalization and Culture: Global Mélange*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Pieterse, Jan Nederveen. 2009. *Globalization and Culture: Global Mélange*. Rowman & Littlefield.
- Prasetyo, Andi. 2020. "Interaksi Budaya Korea Dan Indonesia Dalam Media Sosial: Studi Kasus Fans K-Pop." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 8(1): 90-104.
- Ribertson, Roland. 1995. *Glocalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity*. ed. Roland Featherstone, Mike and Lash, Scott and Robertson. SAGE Publications.
- Rogers, Everret M. 2003. "Empowerment and Communication: Lessons Learned from Organizing for Social Change." *Articel* 27(1): 67-85.
doi:<https://doi.org/10.1080/23808985.2003.11679022>.
- Said, Edward W. 1993. *Culture and Imperialism*. New York: Alfred A. Knopf.
- Schiller, Herbert I. 1976. *Communication and Cultural Domination*. 1st editio. New York: Roudledge.
doi:<https://doi.org/10.4324/9781315179162>.
- Sen, Krishna; Hill, David T. 2000. *Media, Culture and Politics in Indonesia*. Oxford: Oxford University Press.

- Sreberny-Mohammadi, Annabelle. 1997. *The Global and the Local in International Communications*. ed. Ali Mohammadi. SAGE Publications.
- Storey, J. 2018. *Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction (8th Ed.)*. London: Routledge.
doi:10.4324/9781315226866.
- Storey, John. 2006. *Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction*. 4th ed. Pearson Education.
- Straubhaar, Joseph D. 1991. "Beyond Media Imperialism: Asymmetrical Interdependence and Cultural Proximity." 8(1).
- Straubhaar, Joseph D. 2007. *World Television: From Global to Local*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Tomlinson, John. 1999. *Globalization and Culture*. University of Chicago Press.
- Wolcott, Harry F. 1994. *Transforming Qualitative Data: Description, Analysis, and Interpretation*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.