

INTISARI

Budaya Korea sangat menarik banyak orang. Budaya tradisional dan budaya moderen Korea merupakan keunikan dari negara tersebut. Dalam 10 tahun terakhir ini, terjadi penyebaran budaya modern Korea yang biasa disebut dengan “*Hallyu*.” Pengaruh *hallyu* tersebar sampai ke beberapa negara di Asia, termasuk Indonesia. Film, drama, dan lagu yang dibawa oleh *hallyu* sangat berpengaruh terhadap remaja di Indonesia, sehingga mereka ikut meniru gaya para artis Korea dan berakibat pada munculnya minat untuk membeli produk kosmetik Korea. Oleh karena itu, perlu dikaji lebih lanjut tentang bagaimana pengaruh *hallyu* terhadap minat beli produk kosmetik Korea dan pengaruhnya pada gaya hidup.

Penelitian ini berjudul “Pengaruh *Hallyu* Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Korea (Studi Kasus Mahasiswa D3 Bahasa Korea Universitas Gadjah Mada Angkatan 2014 dan 2015).” Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana pengaruh *hallyu* terhadap minat beli produk kosmetik Korea di kalangan mahasiswa D3 Bahasa Korea Universitas Gadjah Mada angkatan 2014 dan 2015. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui bagaimana gaya hidup mahasiswa yang terbentuk dari pengaruh *hallyu* terhadap minat beli produk kosmetik Korea. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dan kuantitatif dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner, pengambilan sampel, dan analisis.

Hasil penulisan tugas akhir ini mempunyai kesimpulan bahwa pengaruh *hallyu* terhadap minat beli produk kosmetik Korea di kalangan mahasiswa D3 Bahasa Korea cukup besar. Namun, meskipun sebagian besar mahasiswa menyukai *hallyu*, tidak semua mahasiswa menggunakan produk kosmetik Korea. Selain itu, diketahui bahwa gaya hidup konsumtif mahasiswa D3 Bahasa Korea akibat menggunakan produk kosmetik Korea dapat dikatakan cukup tinggi.

Kata kunci : *hallyu*, kosmetik Korea, produk Korea

ABSTRACT

Korean culture is very interesting for many people. Korean traditional culture and modern culture are the uniqueness of that country. In the last 10 years, it has happened the spread of Korean modern culture which is called “*hallyu*”. *Hallyu*’s influence was spread to several countries in Asia, including Indonesia. The film, drama, and music carried by *hallyu* are very influencing teenager in Indonesia, so that they come to imitate the style of the Korean artist which is resulting in the emergence of interest on buying of Korean cosmetic products. Therefore, it needs to be studied further about how the *hallyu*’s influence on buying interest of Korean cosmetic products and the effects on student’s lifestyle.

The title of this paper is “Hallyu’s Influence on Buying Interest of Korean Cosmetic Products (Case Study Students of Diploma III Korean Language Universitas Gadjah Mada’s 2014 and 2015). The purpose of this study is to determine how *hallyu* influences on buying interest of Korean cosmetic products for students of Diploma III Korean Language UGM’s 2014 and 2015. Furthermore, this study also aims to determine how the student’s lifestyle that are formed from *hallyu*’s influence on buying interest of Korean cosmetic products. The research methods used are qualitative and quantitative with data collection from the questionnaires, sampling, and analysis.

The result of this study has concluded that the influence of *hallyu* on buying interest of Korean cosmetic products for students of Diploma III Korean Language is big enough. Even though most of students like *hallyu*, but not all of them use Korean cosmetic products. Moreover, it is known that the lifestyle of students due to the use of Korean cosmetic products is quite high.

Keywords : Korean wave, Korean cosmetics, Korean product

초록

한국 문화는 많은 사람들에게 아주 재미있다. 한국의 전통 문화와 현대 문화는 그 나라의 특별함이다. 가장 최근의 10 년에는 “한류”라고 하는 한국의 현대 문화의 보급이 일어났다. 한류의 영향이 아시아에 있는 여러 나라들까지 보급되고 인도네시아는 그 영향이 끼친 나라들에 포함된다. 한류가 가져온 영화, 드라마와 음악은 인도네시아에 있는 젊은이들에 큰 영향을 미친다. 그러니까 그들은 한국 연예인들의 스타일에 따라한다. 그 것은 한국 화장품의 구매욕구의 생김으로 끝난다. 그러므로 한국 화장품의 구매욕구와 생활방식이 한국 화장품 구매욕구로 인해 어떤 영향을 받게 되는지 연구하는 것이 필요하다.

이 논문의 제목은 “한국 화장품의 구매욕구에 한류가 미치는 영향 - 2014 년과 2015 년에 가자마다 대학교 한국어 학과 전문 대학생을 대상으로 설문 조사 결과”이다. 이 논문의 목적은 2014 년과 2015 년 가자마다 대학교 한국어 학과 전문 대학생의 한국 화장품에 대한 구매욕구에 미치는 한류의 영향을 알아 보는 것이다. 게다가 이 논문은 대학생의 생활방식이 한류의 영향으로 인한 한국 화장품 구매욕구로 인해 어떤 영향을 받게 되는지 알아 보는 것을 목적도 가진다. 사용하는 연구의 방법은 설문지를 통하여 자료 수집, 샘플링과 분석 연구로 질적인과 양적인이다.

이 연구의 결과는 2014 년과 2015 년 가자마다 대학교 한국어 학과 전문 대학생의 한국 화장품에 대한 구매욕구에 미치는 한류의 영향이 크다고 하는 결론을 가진다. 그렇지만 대학생들의 대부분은 한류를 좋아해도 모든 대학생이 한국 화장품을 사용하는 것이 아니다. 게다가 한국 화장품에 대한 구매욕구에 미치는 한류의 영향으로 인한 대학생의 생활방식이 크다고 하는 것을 알려진다.

키워드: 한류, 한국 화장품, 한국 제품