

ABSTRAK

Gelombang Korea atau biasa disebut *Hallyu* dalam bahasa Korea, saat ini semakin berkembang di seluruh dunia begitu juga di Indonesia. Salah satu produk dari gelombang Korea adalah drama Korea. Drama Korea yang bersinggungan dengan kehidupan sehari-hari ini menjadi drama televisi yang mudah diterima oleh masyarakat. Penelitian ini bermaksud menjelaskan bagaimana mahasiswa/i Universitas Airlangga mengkonstruksi drama Korea dalam kehidupan sosialnya sehingga menginspirasi gaya hidupnya.

Kajian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivisme. Metode pengambilan sampel metodenya menggunakan teknik *snowball*. Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara dan observasi lapangan kemudian dilakukan analisis dan diinterpretasi secara mendalam. Teori yang digunakan sebagai landasan pada penelitian ini menggunakan dua teori, pertama dari Peter L. Berger dan Thomas Luckmann yakni Konstruksi Sosial dimana menjelaskan dialektika yang berlangsung dalam tiga proses stimulan yaitu obyektifikasi, eksternalisasi dan internalisasi. Serta, kedua dari David Chaney yaitu Gaya Hidup dimana dapat membentuk identitas sosial baru dengan menggunakan pilihan-pilihan nilai, sikap, cita rasa, dan kultural.

Hasil temuan data bahwa mahasiswa mengkonstruksi tayangan drama Korea sebagai tontonan populer untuk mengisi waktu luang. Selanjutnya, drama Korea tidak melulu memberikan pandangan negatif tetapi juga memberikan nilai-nilai yang positif dalam berbudaya. *Product placement* yang ditampilkan dalam drama Korea pun tidak selalu menjadi alasan gaya hidup penontonnya untuk membeli merek atau brand.

Kata Kunci :Konstruksi Sosial, Mahasiswa, Drama Korea, Gaya Hidup

ABSTRACT

The Korean Wave or commonly called Hallyu in Korean, is currently growing throughout the world as well as in Indonesia. One of the products of the Korean wave is Korean Drama. Korean Drama that intersects with everyday life makes it easy for the public to accept. This research discusses how Airlangga University students construct Korean dramas in their social lives so as inspire their lifestyle. The type of research is qualitative descriptive with the paradigm of social constructivism. For collecting data, use the snowball technique. Methods of collecting data through interviews and field observation then analysed with depth interpretation. The theoretical base in this research uses two theories.

First, from Peter L. Berger and Thomas Luckman about social construction which explains the dialectics carried out in three stimulant processes: objectivity, externalization, and internalization. Second, David Chaney's theory of Lifestyle, considers shaping a new social identity which by using choices of values, attitudes, tastes, and culture. Data obtained in this study, that the students construct Korean drama as a popular show to enjoy their leisure. Mostly they argued, Korean drama provides a positive outlook and values in cultured. Product Placement featured in Korean drama is not always as their reason for the audience's lifestyle, especially to buy a brand that is used by Korean drama players.

Keywords: Social Construction, Students, Lifestyle, Korean Drama