

7-30-2022

PERAN MEDIA MASSA DALAM PUBLISITAS MUSIK KOREAN HIP HOP PADA ERA 2010-AN

Irene Halimah Felda

Program Studi Korea, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia, irene.halimah@ui.ac.id

Euis Sulastri

Program Studi Korea, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia, euis.sulastri@ui.ac.id

Follow this and additional works at: <https://scholarhub.ui.ac.id/multikultura>



Part of the [Other Languages, Societies, and Cultures Commons](#), [Philosophy Commons](#), and the [South and Southeast Asian Languages and Societies Commons](#)

Recommended Citation

Felda, Irene Halimah and Sulastri, Euis (2022) "PERAN MEDIA MASSA DALAM PUBLISITAS MUSIK KOREAN HIP HOP PADA ERA 2010-AN," *Multikultura*: Vol. 1: No. 3, Article 7.

Available at: <https://scholarhub.ui.ac.id/multikultura/vol1/iss3/7>

This Article is brought to you for free and open access by the Faculty of Humanities at UI Scholars Hub. It has been accepted for inclusion in Multikultura by an authorized editor of UI Scholars Hub.



PERAN MEDIA MASSA DALAM PUBLISITAS MUSIK KOREAN HIP HOP PADA ERA 2010-AN

Irene Halimah Felda

irene.halimah@ui.ac.id

Euis Sulastri

euis.sulastri@ui.ac.id

Program Studi Korea, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia

ABSTRAK

Hip hop sudah menjadi gaya hidup di Korea Selatan sejak awal kedatangannya di era 1990-an. Media massa berperan penting dalam mendorong publisitas dan popularitas hip hop dan musik rap di Korea Selatan yang biasa disebut *Korean hip hop* (KHH). *Hip hop* yang awalnya merupakan budaya *underground* kemudian menjadi budaya *mainstream* berkat media massa. Penelitian ini menganalisis bagaimana peranan media massa dalam publisitas KHH selama era 2010-an dengan metode kualitatif analisis deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa media penyiaran dan media digital menjadi dua jenis media yang paling berperan dalam publisitas KHH. Sedangkan, media cetak kurang berperan dalam publisitas KHH secara umum. Media penyiaran berperan dalam komersialisasi KHH, media digital berperan dalam memberikan ruang diskusi dan edukasi, sementara itu media cetak yang berupa buku pelajaran berperan dalam mengenalkan budaya yang terdapat dalam hip hop kepada remaja (pelajar).

KATA KUNCI: *Korean Hip Hop*, Media massa, Musik rap Korea, subkultur

PENDAHULUAN

Budaya *hip hop* sudah tersebar di seluruh bagian dunia termasuk Korea Selatan. *Hip hop* terdiri dari dua suku kata *hip* dan *hop*. *Hip* berarti “bokong manusia” atau ucapan yang dipakai untuk bersorak-sorai (“hore”) atau bisa juga merujuk kaum *hippie* (hipster), sedangkan *hop* merupakan istilah yang muncul pada tahun 1950–1980-an yang sering digunakan dalam acara pesta dansa yang memiliki arti “melompat-lompat/berjingkrak-jingkrak” (Kim & Kim, 2015). Definisi *hip hop* menurut Noble dalam Persaud (2011) adalah sebagai bentuk kesadaran, interaksi dan pemahaman yang mengalir dari empat elemen fundamental *hip hop* yaitu, *Emceeing* (MC; *Mic Controller*; *Master of Ceremony* atau kemudian dikenal dengan *rapper*), *B-Boying* (*Breakdance*, *Popping* dan *Locking*), *Graff Art* (seni grafiti) dan *DJing / Turntablism* (*Disk Jockey*). *Hip hop* merupakan gaya musik yang sering dikarakteristikan sebagai musik yang keras, nada yang berirama dan rap. Rap merupakan hasil budaya *hip hop* yang paling populer. Musik rap menurut Rose dalam Song (2019) adalah budaya orang kulit hitam yang mengutamakan suara kaum mereka dari batasan (margin) urban Amerika. Musik rap adalah bentuk komunikasi dengan narasi budaya yang kental dalam pengalaman budaya Afrika-Amerika (Persaud, 2011).

Menurut Rose dalam Hare dan Baker (2017), *hip hop* pertama kali muncul di daerah Bronx,



kota New York pada tahun 1970-an sebagai hasil budaya yang dibentuk oleh orang Afrika-Amerika. Di Amerika Serikat, musik rap menyebar ke luar New York dari kaset yang dioper dari satu individu ke individu lainnya karena rekaman analog saat itu tidak dapat disalin berulang-ulang seperti rekaman digital sekarang (Hanson, 2019). Kemudian tahun 1990-an, *hip hop* menyebar ke luar Amerika tidak hanya sebagai komoditas budaya Amerika, tetapi sebagai bentuk seni yang bisa diubah oleh kaum muda di seluruh dunia sesuai pengertian mereka masing-masing dan mengkritik latar keadaan sosial, politik, ekonomi, budaya dan agama (Price, 2006). Profesor linguistik Marina Terkourafi dalam Hanson (2019) berpendapat bahwa penyebaran *hip hop* keluar Amerika Serikat mengikuti langkah *rock* dan *jazz* yang kemudian membaaur dengan gaya musik tradisional dan daerah seluruh dunia.

Walau musik *hip hop* memiliki fundamental dasar yang sama, tetapi terdapat perbedaan dalam perkembangan di setiap negara. *Hip hop* Amerika Serikat berbeda dengan *hip hop* Korea Selatan, tidak hanya dari segi penyebaran, tetapi substansi secara umum. Budaya *hip hop* di Korea Selatan mengalami rekonstruksi dalam konteks dan bahasa Korea, berbeda dengan *hip hop* Amerika (Song, 2019). Menurut Crystal Anderson dalam Fendler (2017) estetika musik *hip hop* atau *soul* digunakan oleh musisi Korea Selatan untuk “mengekspresikan emosi yang terpendam dalam diri orang Korea oleh dominasi melalui pengalaman pribadi.” Morelli dalam Fendler (2017) menggambarkan musik *hip hop* di Korea Selatan sebagai perpaduan musik populer yang mengangkat tema dan selera orang Korea Selatan dengan menggunakan beberapa baris bahasa Inggris dan gaya musik yang berbeda selain *hip hop* itu sendiri dalam album yang sama. Pendapat yang sama dengan Um (2013) bahwa muncul karakteristik lokal dalam *hip hop* di Korea seperti mengenalkan elemen musik Korea Selatan (populer dan tradisional) dengan memadukan bahasa Korea dan Inggris dengan cara tersendiri sehingga berarti bagi pendengar domestik.

Menurut Kim dan Kim (2015) lagu rap Korea Selatan yang pertama kali dikenalkan kepada publik adalah lagu berjudul “Kim Sat Gat” milik Hong Seobum pada tahun 1989. Song (2019) berpendapat bahwa budaya *hip hop* di Korea Selatan muncul pada tahun 1990-an saat budaya Amerika dikenalkan ke Korea Selatan melalui televisi dan media berperan dalam pembentukan *hip hop* di Korea Selatan. Masuknya *hip hop* ke Korea Selatan menjadi penanda identitas budaya generasi baru kaum muda atau dalam bahasa Koreanya *shinsedae munhwa* (Um, 2013). Kemunculan *hip hop* di Korea Selatan yang signifikan dimulai pada tahun 1992, ketika grup Seo Taiji & Boys merilis lagu “I Know” (*nan arayo*) dan muncul di berbagai acara musik televisi. Namun, banyak yang beranggapan lagu ini lebih cocok diklasifikasikan dalam aliran musik *rock* dan *dance-rap* dibanding *hip hop* (Kim & Kim, 2015). Musik *hip hop/rap* di Korea Selatan lebih populer dalam bentuk *rap-dance*, walau hal ini sering menjadi perdebatan, sebab *rap-dance* bukanlah musik *hip hop* sesungguhnya karena tidak semua musik *dance* dengan rap memiliki gaya musik *hip hop* (Yang, 2017). Meskipun musisi seperti Hyun Jin-young, Seo Taiji & Boys dan Deux memiliki peran besar dalam musik *rap-dance*, tidak dapat dipungkiri bahwa *rap-dance* bukanlah musik *hip hop*, tetapi hanya musik *dance* yang didekorasi dengan rap (Yang, 2017). Musisi-musisi ini tidak begitu berperan dalam *Korean hip hop* atau musik rap Korea Selatan karena musik mereka hanyalah campuran berbagai aliran musik *mainstream* (Yang, 2017).



Kemunculan artis *hip hop* generasi pertama seperti Drunken Tiger, Zo PD, 1TYM membuat *hip hop* di Korea Selatan sukses memasarkan identitas mereka sebagai tren baru untuk konsumsi budaya penikmat generasi muda (Lee & Lee, 2021). *Hip hop* di Korea Selatan berhasil menjadi hasil subkultur populer khususnya di kalangan muda dan salah satu bagian terpenting dari budaya anak muda di Korea Selatan (Yang, 2017). Subkultur menurut Hebdige (1979) adalah sekelompok orang yang memiliki kesamaan ide yang berbeda dengan kebudayaan yang lebih besar. Istilah penyebutan untuk *hip hop* atau musik rap di Korea Selatan adalah “*hanguk hip hop*” yang secara harfiah berarti *Korean hip hop* atau “*gukhip (guk-nae hip hop)*” yang berarti *domestic hip hop*. Penulis akan merujuk musik rap atau *hip hop* Korea sebagai *Korean hip hop* atau KHH dan Korea Selatan sebagai Korea.

Dikutip dari artikel pada situs *vulture.com*, Korea pertama kali bersentuhan dengan *hip hop* dalam skala besar di klub musik yang berada di Itaewon, dekat markas militer Amerika Serikat di Yongsan (Park & Kim, 2019). Menurut jurnalis musik Kang Ilkwon dan Emma Kalka dalam Hare dan Baker (2017) musik rap Korea yang sesungguhnya baru muncul pada akhir tahun 1990-an dan awal tahun 2000-an berkat klub musik “Master Plan” yang melahirkan banyak musisi *hip hop* Korea dan menekankan bahwa KHH berawal dari komunitas daring seperti ruang obrolan dan forum. Akhir tahun 1990-an dan seterusnya, musisi *hip hop* Korea-Amerika meramaikan pasar KHH (Um, 2013). Tidak hanya itu, akhir tahun 1990-an menjadi masa perkembangan *underground hip hop* atau musik *hip hop* bawah tanah melalui komunikasi *Personal Computer* atau PC. Era 1990-an *MP3 player* dan penyebaran internet membuat industri musik digital berkembang, ironisnya industri rekaman musik fisik mengalami penurunan (Lee et al., 2016). Memasuki era 2000-an, dengan berkembangnya internet, sistem komunikasi mulai berpindah dari PC ke internet dan membuat komunitas *hip hop* menurun (Kim & Kim, 2015). Layanan musik digital bermunculan pada awal tahun 2000-an sebagai bentuk strategi baru penjualan musik digital dan terus mengalami perkembangan seiring dengan perkembangan perangkat elektronik pintar (Lee et al., 2016).

Era 2010-an KHH semakin terkenal dan berkembang seiring dengan kemajuan teknologi. Pada 1 Januari 2011 muncul label rekaman musik “Illionaire Records” yang dibentuk oleh Dok2 dan The Quiett. Kesuksesan Illionaire Records merupakan hal yang baru dalam sosial-budaya dan ekonomi Korea yang kemudian memunculkan istilah baru seperti *rapstar* dalam masyarakat Korea (Song, 2019). Menurut Jeffries dalam Hare dan Baker (2017) KHH berbeda dengan *hip hop* Amerika yang menjadi komersial sejak tahun 1990-an, KHH semakin menjadi komersial tepatnya pada tahun 2012 ketika acara kompetisi atau *survival show* berjudul *Show Me The Money* tayang di Mnet (Yang, 2017). Kesuksesan *Show Me The Money* (SMTM) mendorong kemunculan acara *survival show* lainnya seperti *High School Rapper* yang merupakan versi remaja dari SMTM di mana pesertanya adalah pelajar dan versi perempuan dari acara SMTM, yaitu *Unpretty Rapstar* (Lee & Lee, 2021). Pada era 2010-an media dan teknologi semakin berkembang dan berperan dalam perkembangan *hip hop* di Korea. Salah satu editorial *webzine hip hop* di Korea, RHYTHMER, menyatakan bahwa teknologi yang membentuk budaya *hip hop* dan konsepnya di Korea berbeda dengan *hip hop* di Amerika yang lahir dari jalan atau *ghetto culture* (Um, 2013).



Penelitian ini membahas tentang bagaimana media massa berperan dalam publisitas *Korean hip hop* selama era 2010-an. Dalam penelitian mengenai budaya *hip hop*, media memberi pengaruh besar dalam publisitasnya hingga saat ini sehingga membuat *hip hop* menjadi gaya hidup global. Dalam konteks *hip hop* di Korea, acara televisi membantu mendistribusikan *hip hop* komersial, sedangkan jurnalis dan *rapper* mendistribusikan budaya *hip hop* otentik (Hare & Baker, 2017). Setiap bentuk media massa berperan dalam publisitas *Korean hip hop*. Era 2010-an menjadi era bangkitnya *hip hop* di Korea dengan segala kemajuan teknologi dan media yang ada. Media massa bukan hanya sebatas televisi dan radio saja, tetapi internet (media sosial) menjadi sumber publisitas *Korean hip hop*. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran media massa di Korea Selatan dan melihat pengaruhnya dalam publisitas musik *Korean hip hop* era 2010-an.

Media massa menurut Halik (2013) adalah sarana utama dalam komunikasi massa untuk menyebarkan pesan-pesan kepada khalayak dan dapat berupa media cetak seperti surat kabar, majalah dan buku; media elektronik seperti radio dan televisi; serta media digital (internet). Terdapat dua jenis media massa menurut Affandi (2021), yaitu konvensional (televisi dan radio) yang hanya memiliki komunikasi satu arah dan *new media* atau media baru (media sosial interaktif seperti *YouTube*, *Instagram* dan lainnya) yang memiliki komunikasi dua arah walau terkadang pesan yang disampaikan tidak langsung sampai seperti mengalami hambatan. Karakteristik media massa, di antaranya adalah publisitas, universalitas, periodisitas, kontinuitas dan aktualitas (Affandi, 2021). Publisitas menurut KBBI adalah penyiaran tentang sesuatu atau seseorang kepada masyarakat luas (melalui pelbagai media).

Peran media massa menurut McQuail dalam Halik (2017) adalah jendela pengalaman, juru bahasa makna peristiwa, pembawa informasi atau pendapat, jaringan interaktif umpan balik, petunjuk jalan, penyaring informasi, cermin yang memantulkan citra masyarakat dan tirai yang menutupi kebenaran untuk propaganda. Tujuan media massa adalah menyebarkan himbauan yang ditujukan kepada orang banyak dengan mengandalkan media massa (Affandi, 2021). Harries dan Wahl-Jorgensen (2007) berpendapat bahwa media merupakan mediator budaya untuk mengedukasi publik tentang apa yang terjadi di dunia seni. Hall dalam Hebdige (1979) menyatakan bahwa media massa memiliki tanggung jawab lebih dalam menyediakan dasar kelompok dan kelas apa yang membangun gambaran hidup, pengertian, kebiasaan dan nilai kelompok dan kelas lain, serta menyediakan gambaran, representasi dan ide keseluruhan konstruksi sosial yang terpisah dan potongan-potongan yang dapat digabungkan secara utuh. Media sangat penting karena mereka adalah penyebar subjek yang berlalu cepat, mereka bukan sekedar simbolis baik atau indikator pembeda, tetapi rangkaian hubungan institusi yang penting untuk penciptaan, pengelompokan dan penyebaran pengetahuan budaya (Thornton, 1996).

McWhorter dan Prince dalam Herman (2007) menyatakan bahwa beberapa kritik media massa tentang *hip hop* berargumen bahwa tema misoginis, kekerasan dan seksual yang berlebihan berdampak negatif bagi pendengar Afrika-Amerika. Representasi subkultur di media seringkali membuat subkultur menjadi kurang menarik dari yang sebenarnya (Hebdige, 1979). Dalam penelitian Oh dan Lee (2013) tertera bahwa para ahli sepakat bahwa media teknologi seperti radio dan TV memiliki hubungan erat dengan keberagaman dan kelahiran aliran musik baru, serta media teknologi, struktur, strategi distribusi dan pemasaran membatasi keberagaman secara signifikan



dan penciptaan aliran musik baru melalui peran “*gatekeeping*” yang seharusnya media teknologi lakukan di industri musik populer. Maka dari itu, menurut Shuker dalam Hare dan Baker (2017) jurnalis musik berpengaruh sebagai *gatekeeper* (penyaring pesan-pesan yang diproduksi media massa (Halik, 2017)) selera, penengah dari sejarah budaya dan jurnalis untuk subkultur lokal. Media massa menyebarkan nilai-nilai budaya secara cepat, masif dan mudah, baik yang terencana atau tidak disadari sehingga dalam konteks budaya, media massa menjadi penghubung antarkelompok masyarakat dalam memperkenalkan keragaman budaya (Halik, 2017). Dalam sejarah kontemporer, media penyiaran (televisi dan radio) berpengaruh besar dalam pembentukan dan perubahan musik populer di Korea, serta menengahi cara musik populer beredar dan caranya memengaruhi produksi dan konsumsi musik populer dalam berbagai cara (Lee, 2017). Ruang media penyiaran menyebar dengan luas pada tahun 1960-an dan tahun 1970-an, televisi menjadi bentuk media yang paling berpengaruh (Lee, 2017).

Penelitian ini menggunakan landasan teori kultivasi (*Cultivation Theory*) yang dicetuskan oleh George Gerbner pada tahun 1969 dalam artikel “*The Television World of Violence*” (Saefudin & Venus, 2007). Teori ini berfokus pada televisi, tetapi dapat diaplikasikan pada media massa lainnya dengan fitur mirip dengan televisi dan aspek audio visual (*Instagram* dan *YouTube*) (Affandi, 2021). Teori kultivasi adalah teori sosial yang menjelaskan ideologi yang tertanam pada pikiran khalayak, hasil efek jangka panjang dari televisi (Affandi, 2021). Asumsi dasar teori kultivasi adalah televisi merupakan media yang unik. Terdapat dua jenis penonton yaitu *light viewers* (penonton ringan) dan *heavy viewers* (penonton berat) (Saefudin & Venus, 2007). *Light viewers* (penonton ringan) cenderung menggunakan jenis media dan sumber informasi yang lebih bervariasi baik untuk komunikasi bermedia dan personal, sementara *heavy viewers* (penonton berat) cenderung mengandalkan televisi sebagai sumber utama informasi (Saefudin & Venus, 2007). Ketika seseorang semakin banyak menghabiskan waktu untuk menonton televisi, maka semakin kuat kecenderungan orang tersebut untuk menyamakan apa yang ia lihat di televisi dengan realitas sosial. Terpaan pesan televisi secara konstan menyebabkan pesan tersebut diterima khalayak sebagai pandangan hasil kesepakatan masyarakat. Televisi menghasilkan *mainstreaming* dan *resonance*. *Mainstreaming* adalah kemampuan menguatkan dan menyeragamkan berbagai pandangan masyarakat tentang dunia di sekitar mereka dan *resonance* adalah hasil pengaruh pesan media dalam persepsi realita didukung dengan apa yang dilihat di televisi adalah apa yang terjadi dalam kehidupan nyata (Saefudin & Venus, 2007).

Selanjutnya penulis juga menggunakan gagasan Thornton (1996) bahwa media merupakan kunci dari penyebar pengetahuan subkultur. Media tidak hanya sebatas penanda perbedaan, tetapi sebagai perantara penting untuk definisi dan distribusi pengetahuan budaya. Media mikro lokal seperti selebaran digunakan oleh klub penyelenggara untuk mengumpulkan massa (Thornton, 1996). Media *niche* seperti *music press* turut membangun subkultur sebanyak hal yang didokumentasikan. Sedangkan, media massa nasional seperti tabloid mengembangkan pergerakan kaum muda sebanyak mereka mengubahnya (Thornton, 1996). Kaum cendekiawan terlalu sering menggeneralisasi media berdasarkan analisis televisi saja (Thornton, 1996). Dengan bantuan teori dan gagasan dari para ahli, penulis bisa memahami hubungan media massa dalam publisitas *Korean hip hop*.



Penulis menggunakan beberapa penelitian terdahulu sebagai acuan penulisan. Pertama, *Keepin' It Real: Authenticity, Commercialization, and the Media in Korean Hip Hop* oleh Sarah Hare dan Andrea Baker (2017). Penelitian ini meneliti identitas budaya *hip hop* di Korea Selatan berdasarkan teori subkultural dan teori *cultural hybridization*. Penelitian ini menyelidiki dinamika otentisitas skena musik *Korean hip hop* dan peran media lokal sebagai mediator budaya. Kedua, *Roots and Routes: Hip-Hop from South Korea* oleh Ute Fendler (2017). Penelitian ini menganalisis tiga contoh skena musik kontemporer Korea dari sumber yang berbeda. Penelitian ini mempertanyakan konsep otentisitas dan tujuannya dari berbagai pengaruh dan prakteknya. Ketiga, *Mass Media Technologies and Popular Music Genres: K-pop and Youtube* oleh Oh Ingyu dan Lee Hyojung (2013). Penelitian ini menekankan pentingnya media massa dalam kelahiran aliran musik baru atau musik populer dan berargumen salah satu cara mendistribusikan lagu *K-pop* adalah melalui *YouTube* walau tidak menghasilkan keuntungan yang besar. Terakhir, *The Poetics of Resistance and The Politics of Crossing Borders: Korean Hip Hop and 'Cultural Reterritorialisation'* oleh Um Haekyung (2013). Penelitian ini menganalisis dari mana akar asal budaya pop Korea dan menyelidiki dari mana *Korean hip hop* mendapatkan spesifikasi lokalnya hingga menjadi hasil produk budaya nasional.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih terfokus pada otentisitas musik *hip hop*, penulis akan lebih fokus membahas peranan media massa dalam publisitas musik *Korean hip hop* melalui analisis berbagai jenis media massa dan dampaknya pada era 2010-an. Sering ditemukan kajian akademis mengenai *K-pop* di Indonesia, tetapi jarang ditemukan penelitian mengenai subkultur Korea di Indonesia. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan menjadi acuan dalam studi akademis budaya populer Korea mengenai budaya *hip hop* Korea Selatan serta peranan media massa dalam menjadi mediator budaya di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif analisis. Metode kualitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, peneliti berfungsi sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, bersifat deskriptif (tidak terpaku angka) dan berfokus pada proses penelitian dibandingkan hasil (Sugiyono, 2013). Hasil analisis metode ini bersifat kualitatif dan lebih menekankan makna (data yang terlihat) daripada generalisasi (Sugiyono, 2013). Data yang dipakai bersifat deskriptif kualitatif berdasarkan analisis yang dilakukan sejak awal hingga akhir penelitian (Sugiyono, 2013).

Penulis mencari sumber data yang berkaitan dengan topik berasal dari berita (cetak maupun digital), majalah, buku, siaran radio dan acara televisi yang ada. Penafsiran data dilakukan dengan studi pustaka menggunakan bantuan buku, jurnal dan artikel dari internet sebagai penunjang penelitian. Pertama-tama penulis mencari sumber data seperti buku, jurnal dan artikel penelitian terdahulu yang berhubungan dengan topik dan membacanya dengan seksama. Kedua, penulis mencari sumber data kajian penelitian dari internet, siaran radio dan acara televisi. Ketiga, penulis menggabungkan hasil penelitian yang didapat dari hasil pengamatan. Keempat, penulis menyatakan argumentasi dan hasil penelitian dengan bantuan penafsiran studi pustaka untuk menunjang penelitian. Terakhir, penulis memberikan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan.



PEMBAHASAN

Peran Media Penyiaran dalam *Korean Hip Hop* Era 2010-an

Televisi dan radio menjadi media penyiaran yang sangat berpengaruh dalam publisitas *Korean hip hop* era 2010-an. Televisi merupakan media yang paling mudah dijangkau masyarakat dan memiliki peranan signifikan bagi publisitas musik Korea. Jangkauan media penyiaran lebih luas karena siapapun dapat mengaksesnya. Tidak dibutuhkan kemampuan khusus atau perangkat khusus untuk mengakses konten di televisi atau radio. Korea sering menyiarkan berbagai ajang kompetisi atau *survival show* di televisi. Acara kompetisi pertama di Korea adalah *National Singing Contest (jeonguk-norae-jarang)* yang sudah ada sejak tahun 1980-an. Kemudian, pada era 2000-an bermunculan kompetisi pencarian penyanyi berbakat dan idol *K-pop*, seperti *Superstar K* dan *K-pop Star*. Pada era 2010-an, kompetisi pembentukan *girl group* dan *boy group* mulai marak bermunculan seperti *Produce 101*, *Produce X 101*, *MixNine* dan lainnya. Muncul juga acara pencarian penyanyi *trot* (musik dangdutnya Korea) seperti *Mr. Trot*. Pada era 2010-an juga muncul acara kompetisi *hip hop* pencarian *rapper*, seperti *Show Me The Money (SMTM)*, *Unpretty Rapstar* dan *High School Rapper (HSR)* yang merupakan tiga acara kompetisi *hip hop* terbesar di Korea.

Pada tahun 2012 salah satu stasiun televisi kabel Korea, Mnet, memproduksi acara kompetisi *hip hop* berjudul *Show Me The Money (SMTM)*. Setiap musim SMTM selalu menggunakan *tagline* bernuansa “mencari *rapper* muda yang siap mengguncang dunia KHH.” Menurut kritikus musik Kim Bonghyun dikutip dari artikel dalam *chosun.com*, SMTM tidak hanya sekadar acara hiburan musik saja, tetapi merupakan kontributor utama dalam popularitas *hip hop*. Kim Bonghyun juga mengatakan, “ketika para *rapper* menunjukkan ambisi pada kesuksesan dan uang, para generasi tua melihat ini sebagai ‘snobisme’ (sikap atau cara hidup seorang snob) sedangkan para generasi muda melihat ini sebagai cara bertahan hidup dan otentitas.”

Dikutip dari situs *sisain.co.kr*, SMTM 1 (2012) berhasil menarik kurang lebih 1.200 pendaftar pada awal kemunculannya. Peningkatan peserta terus terjadi setiap musim baru SMTM diadakan. Berdasarkan artikel pada situs *soompi.com*, pada musim ketiga (2014) bertambah menjadi 3.000 pendaftar. Pada SMTM 4 (2015) pendaftar bertambah dengan signifikan menjadi 7.000 orang (dikutip dari situs *metroseoul.co.kr*). Pada SMTM 5 (2016) menjadi 9.000 orang pendaftar berdasarkan artikel dari situs *star.mt.co.kr*. Dikutip dari situs *soompi.com*, SMTM 6 (2017) berhasil menembus 12.000 orang pendaftar. Pendaftar SMTM 7 (2018) tidak bertambah terlalu signifikan, berdasarkan artikel *news1.kr*, bertambah 1.000 pendaftar menjadi 13.000 orang. Musim terakhir SMTM pada era 2010-an adalah SMTM 8 (2019) dengan jumlah 16.000 pendaftar berdasarkan artikel dalam situs *wikitree.co.kr*. SMTM masih berlangsung hingga tahun 2022. Namun, penulis hanya membahas sampai SMTM 8 yang tayang hingga tahun 2019.

Setiap musim SMTM memiliki *rating* berbeda-beda. Dikutip dari situs *theqoo.net*, *rating* terbesar dipegang SMTM 4 yaitu sebesar 3,5%. Faktor besarnya *rating* acara dipengaruhi oleh kemampuan rap kontestan, suntingan acara yang menarik dan beragamnya kontestan yang daftar. Namun, sejak SMTM 4 *rating* acara terus menurun. Dikutip dari situs *naver.com*, SMTM 5 sebesar 2,9%, SMTM 6 sebesar 2,5%, SMTM 7 sebesar 1,7% dan SMTM 8 sebesar 2,3%. Kenaikan *rating* berhasil kembali pada SMTM 8 sebesar 2,3%. Penurunan *rating* acara disebabkan oleh tidak



terpenuhinya ekspektasi penonton saat menonton acara tersebut. *Rating* acara yang rendah berbanding terbalik dengan peningkatan antusiasme pendaftar.

Dapat dibuktikan walau peningkatan kontestan dan *rating* acara tidak sebanding, publisitas KHH melalui acara kompetisi seperti ini memberikan pengaruh pada peningkatan kontestan pendaftar acara. Hal ini menjadi salah satu penanda bahwa masyarakat ikut berperan dalam popularitas KHH tidak hanya sebagai penikmat musiknya, tetapi juga sebagai pelaku musik. Publisitas KHH melalui acara televisi yang ditayangkan umum juga memperlihatkan minat masyarakat terhadap musik *hip hop*.

Pengaruh lainnya dari publisitas KHH melalui media penyiaran adalah beragamnya usia pendaftar SMTM karena *hip hop* menjadi budaya dan aliran musik populer di kalangan remaja usia 10-19 tahun. Selama berlangsungnya acara SMTM yang disiarkan setiap musimnya di kanal Mnet atau situs *streaming*, dapat dilihat bahwa pendaftarnya selalu didominasi oleh laki-laki dewasa berumur 20-30 tahun dari musim ke musim. Pada SMTM 3, muncul *rapper* perempuan yang masih duduk di bangku Sekolah Menengah Atas (SMA) bernama Yuk Jidam (17) (Show Me The Money 3, 2014). Kemudian, pada SMTM 4 muncul *rapper* SMA bernama panggung Young B (18) (Show Me The Money 4, 2015). Dilansir dari wawancara “Look Me Up” di kanal *YouTube*, *ItheK*, ia mengganti nama panggungnya menjadi ‘YANGHONGWON’ pada tahun 2019. Pada SMTM 6, *rapper* Jo Wochan (12) mengikuti audisi SMTM sebagai kontestan termuda dan berhasil lolos sampai babak semifinal (Show Me The Money 6, 2022). Dikutip dari artikel *m.news.zum.com*, Jo Wochan dijuluki “*cho-deung rapper*” yang berarti “*rapper* bocah SD” karena kemampuan rap yang baik dan berhasil maju sampai semifinal SMTM 6. Semenjak itu banyak bermunculan *rapper* bocah yang mencoba audisi di SMTM. Kemudian, pada SMTM 7 muncul dua *rapper* bocah SMP bernama D.Ark (15) dan Choi Eunseo (15) yang berhasil memukau juri dengan penampilan mereka (Show Me The Money 7, 2018). Setelah itu, bermunculan banyak kontestan *rapper* yang duduk di bangku Sekolah Menengah Pertama (SMP) yang biasa disebut “*jung-deung rapper*” yang berarti “*rapper* bocah SMP”.

Berkat popularitas SMTM, KHH mulai merambah ke ranah internasional dengan mengadakan audisi SMTM di negara asal *hip hop* yaitu Amerika Serikat di kota New York dan Los Angeles untuk mencari *rapper* berbakat lainnya di luar Korea pada SMTM 4 dan SMTM 5. Publisitas KHH sampai pada tahap internasional dengan mengundang *rapper* asing dan mengadakan audisi di luar negeri. Pada SMTM 4, *rapper* terkenal Amerika Selatan, Snoop Dogg, datang ke Korea sebagai juri spesial untuk menilai kemampuan kontestan pada musim itu. Pada SMTM 5, Timbaland, *rapper* asal Amerika Selatan lainnya diundang sebagai juri spesial saat audisi di Los Angeles. Dilansir dari *soompi.com*, Timbaland memuji Korea yang memproduksi program televisi *hip hop* yang inovatif, menggabungkan budaya Amerika dan menjadikannya versi budaya mereka sendiri. Dapat dilihat bahwa banyak budaya populer Korea merupakan hasil percampuran budaya asal dengan budaya Korea yang menghasilkan suatu fenomena akulturasi yang dikenal sebagai Koreanisasi. Koreanisasi adalah perubahan budaya atau bahasa asing menjadi budaya atau bahasa Korea sehingga hal tersebut terlihat atau terasa seperti berasal dari Korea.

Pada penayangan SMTM dapat dilihat bahwa perempuan tidak banyak mendapatkan publisitas yang cukup dalam KHH terlepas dari banyaknya *rapper* perempuan. Salah satu *rapper*



perempuan bernama Miryo yang merupakan anggota *girl group* ‘Brown Eyed Girls (BEG)’ sempat menjadi juri SMTM 1. Namun, hal itu tidak bertahan lama karena pada SMTM 2, baik kontestan maupun juri didominasi oleh laki-laki. Perempuan kurang mendapatkan posisi di panggung *hip hop* karena citra perempuan yang identik dengan citra *girl group* yang seksi dan feminim. Setelah kesuksesan besar SMTM dan meningkatnya kontestan perempuan sejak SMTM 3, Mnet menghadirkan *spin-off* ajang kompetisi *hip hop* perempuan berjudul *Unpretty Rapstar* (2015–2016) yang berlangsung selama dua musim dari tahun 2015 sampai 2016 dengan total 3 musim. Acara ini fokus menampilkan *rapper* perempuan Korea. Jika SMTM dikuasai oleh musisi laki-laki, maka *Unpretty Rapstar* membantu publisitas beberapa *rapper* perempuan Korea. Namun, berbeda dengan SMTM yang kontestannya dipilih berdasarkan audisi umum, kontestan *Unpretty Rapstar* sudah ditentukan oleh tim produksi acara. Walaupun demikian, para kontestan tetap menampilkan penampilan terbaik mereka dan berhasil menaikkan publisitas *rapper* perempuan di Korea.

Sejak bermunculan banyak kontestan *rapper* remaja di SMTM dan meningkatnya peminat *hip hop* di kalangan remaja, tahun 2017 Mnet menghadirkan kembali *spin-off* SMTM dan *Unpretty Rapstar* yang diperuntukkan khusus untuk siswa SMA, yaitu *Highschool Rapper* (HSR). HSR ditujukan untuk para siswa SMA di Korea yang berumur 16–19 tahun atau duduk di bangku kelas 3 SMP—3 SMA yang ingin unjuk kebolehan sebagai *rapper*. Di HSR, para remaja bersaing satu sama lain untuk mendapatkan gelar pemenang dan mendapat pengakuan *rapper* SMA terbaik di Korea. Setiap *rapper* remaja yang lolos ke babak penyisihan tampil menggunakan seragam sekolah mereka. Sampai tahun 2021, HSR sudah sampai musim keempat. Penulis hanya akan membahas HSR musim pertama (2017), kedua (2018) dan ketiga (2019) saja. Dikutip dari situs *platum.kr*, Jun Jihyun selaku produser HSR mengaku ingin membuat program kompetisi dengan rap sebagai mediana untuk para remaja berumur belasan tahun dengan fokus bagaimana cara mereka (para remaja) memandang dunia dan mengekspresikan cerita mereka secara bebas. HSR tidak hanya diikuti oleh siswa yang masih aktif menjadi siswa SMA saja, tetapi para siswa SMA yang sudah *drop out* atau putus sekolah juga tetap bisa mengikuti audisi ini. Terlepas dari status mereka sebagai pelajar, HSR menjadi wadah yang pantas bagi para remaja mengutarakan ekspresi mereka dan menjadi diri mereka sendiri dengan menceritakan kisah mereka dan bagaimana penonton bisa berempati dengan kisah mereka. Menurut Hangzoo (*rapper* Korea dan salah satu produser HSR 3) dalam *koreatimes.co.kr* menyatakan bahwa, sisi kebersamaan dan pertemanan lebih ditunjukkan pada HSR dibanding di SMTM yang semua kontestannya bersaing satu sama lain.

Pada HSR, banyak pendaftar yang memutuskan untuk putus sekolah karena ingin fokus menjadi musisi *hip hop* terlepas dari kemampuan mereka secara finansial untuk pendidikan. Dikutip dari artikel situs *hankyung.com*, salah satu kontestan tiga besar HSR 2 Lee Byungjae mengatakan, “aku ingin belajar di tempat lain makanya aku *drop out*. Aku berjanji pada orang tuaku untuk mengambil ujian paket C dan lulus SMA.” Banyaknya musisi *hip hop* yang putus sekolah, tinggal sendiri karena tidak ingin merepotkan keluarga dan memutuskan menjadi *rapstar* karena banyak *rapper* Amerika dan Korea yang putus sekolah dan sukses menjadi *rapstar*. Hal ini menjadi salah satu sentimen buruk yang melekat pada KHH dan *hip hop* secara umum walau dalam



pelaksanaannya tidak semua yang putus sekolah buruk karena jika dilihat banyak pula idola yang putus sekolah demi mengejar impian menjadi idola.

Pada ajang kompetisi *hip hop* ini juga dapat ditemukan banyak pendaftar yang merupakan *idol rapper*. *Idol rapper* yang merupakan idol (anggota grup musik) sering mendapat stigma buruk ketika mengikuti ajang kompetisi *hip hop*. *Rapper underground* memiliki pandangan bahwa *idol rapper* bukanlah “*rapper* sesungguhnya” karena mereka hasil produksi dari agensi hiburan, tidak memiliki nalar *hip hop* dan mereka dianggap tidak membutuhkan *exposure* atau popularitas karena sudah cukup populer. Namun, berkat acara kompetisi *hip hop* ini stigma buruk yang menempel di *idol rapper* lambat laun semakin berkurang. Pada SMTM 3, Bobby ‘IKON’ yang merupakan *idol rapper* berhasil menjadi juara pertama. Pada SMTM 4 juga Mino ‘WINNER’ berhasil unjuk kebolehan sebagai *rapper* walau tidak memenangkan musim tersebut. Tetapi, ia berhasil meraih popularitas lebih dan mendapat pengakuan. Salah satu juri SMTM 4, Sean, menyatakan bahwa “*idol rapper* mengikuti audisi SMTM untuk menunjukkan kemampuan mereka dan besar keinginan untuk diakui (sebagai *rapper*). Sedangkan, *underground rapper* mengikuti audisi untuk mendapat popularitas (dikenal secara luas) dan uang. Hal ini cukup ironis karena alasan yang berbeda walau sebenarnya mereka sama-sama menyukai musik rap.” *Unpretty Rapstar* sempat mendapatkan respon negatif karena banyaknya kontestan *idol rapper* perempuan. Go Ikjo selaku produser *Unpretty Rapstar* dalam *press conference Unpretty Rapstar 3* yang dikutip dari *10asia* menyatakan, “ketika saya membuat *line up* kontestan, saya berharap hal ini dapat mengubah realita *rapper* perempuan di Korea. Lagipula, para *idol rapper* mempunyai pengalaman panggung yang banyak hasil pelatihan spesial (*training*). Mereka memiliki potensi keberadaan yang lebih besar di panggung.” Dalam HSR juga muncul banyak *idol rapper* dan sering mendapatkan stigma buruk dari kontestan lainnya. Contohnya adalah Mark ‘NCT’, Hwiyoung ‘SF9’, dan Sunwoo ‘The Boyz’ yang awalnya dianggap tidak bisa “*ngerap*” namun mereka berhasil unjuk kebolehan mereka. Sebenarnya hal ini cukup kontradiktif dan menjadi paradoks karena *idol rapper* seperti G-Dragon ‘BIGBANG’, T.O.P ‘BIGBANG’ dan CL ‘2NE1’ tidak dianggap *idol rapper* walau pekerjaan mereka adalah seorang idola. Justru banyak *rapper* yang mengidolakan dan menjadikan mereka sebagai panutan. Acara televisi seperti ini membantu para *idol rapper* sedikit demi sedikit terlepas dari stigma buruk mereka yang hanya diciptakan agensi dan membuktikan bahwa mereka juga mampu bermusik.

Acara televisi *hip hop* seperti SMTM, *Unpretty Rapstar* dan HSR menjadi ladang musisi *hip hop* atau *rapper* baru bermunculan serta membuat *hip hop* menjadi komersial. *Hip hop* yang awalnya subkultur dan hanya bergerak secara *underground* (bawah tanah), sekarang menjadi budaya populer yang dinikmati berbagai kalangan. Namun, penggambaran *hip hop* dalam acara televisi tersebut yang kadang berlebihan justru menciptakan citra buruk. Tidak dapat dipungkiri bahwa *hip hop* secara umum memiliki citra negatif sejak awal dengan isi lirik lagu dan *gesture* yang provokatif. Esensi *hip hop* dan budaya asli *hip hop* semakin terdistorsi seiring penggambaran dalam acara televisi yang dilebih-lebihkan. Dalam acara televisi, hal ini sering dijadikan sebagai “*umpan*” atau *noise marketing* oleh televisi untuk menarik massa dan keuntungan. Suntingan yang dibuat-buat sehingga terlihat seperti terjadi drama antarkontestan biasa disebut “*akma pyeonjip*” (*devil’s editing*). Publisitas KHH melalui televisi kurang berperan dalam mengedukasi masyarakat



mengenai kebudayaan *hip hop* dan musik *hip hop*. Hal ini dapat memberikan pengaruh bagi pesan yang akan diterima penonton bahwa apa yang mereka lihat di televisi sama dengan apa yang terjadi di dunia nyata sehingga membuat *hip hop* identik dengan merendahkan orang lain. KHH dan *hip hop* secara umum menjadi identik dengan *flexing* atau pamer, penggunaan kata kasar, tato dan hal-hal negatif lainnya. Salah satu budaya KHH hasil manifestasi acara televisi ini adalah *diss rap* atau rap yang berisikan cemoohan dan bersifat menjatuhkan lawan. Dalam kultur *hip hop* Amerika *diss* memang terkenal saat masa rivalitas *hip hop* antara Pesisir Pantai Timur Amerika (*East Coast*) dan Pesisir Pantai Barat Amerika (*West Coast*), hal ini diadopsi dalam KHH sebagai bagian dari aturan *hip hop* (Um, 2013).

Acara televisi seperti SMTM, *Unpretty Rapstar* dan HSR berhasil mempopulerkan publisitas KHH di masyarakat umum. Namun, kritik tetap bermunculan. Pada situs *mediatoday.co.kr*, muncul artikel yang mengkritisi SMTM karena kontestannya yang bermasalah dan liriknya yang misoginis. Ketua Tim Strategi dan Penyuntingan CJEnM, Kim Hyosang, mengatakan, “ciri khas *hip hop* adalah *gangster rap*, kami tidak bisa menghentikan (mereka) karena itu adalah kebebasan.” Salah satu editor *webzine RHYTHMER* dan seorang kritikus budaya, Kang Ilkwon, menyatakan bahwa tim produksi (SMTM) menunjukkan sikap ketidakpedulian pada *hip hop*, bahkan di Amerika sendiripun tidak ada acara seperti SMTM.

Peran Media Digital dalam Korean Hip Hop Era 2010-an

Kemajuan teknologi dan internet membuat media digital berperan besar dalam publisitas Korean *hip hop* era 2010-an. Akses tanpa batas membuat penyebaran informasi dan publisitas semakin luas. Mudah juga bagi orang untuk mengonsumsi konten tersebut. Media digital dalam publisitas KHH berperan sebagai wadah untuk mengkritik hal-hal yang terjadi atau menyampaikan pesan yang tidak dicakup dalam media seperti televisi.

YouTube memiliki bentuk yang mirip dengan televisi yaitu memadukan suara dan gambar yang berfokus pada pembagian konten berbentuk audio visual (video). Terdapat pula kolom komentar yang dapat digunakan sebagai tempat berdiskusi. Salah satu bukti bahwa *YouTube* memberikan pengaruh sama dengan televisi bagi para penontonnya yaitu bahwa yang dilihat di *YouTube* atau televisi sama dengan apa yang terjadi di realita seperti dalam HSR 3. Pada episode 1 muncul interaksi antara kontestan Kang Hyeonjun, Song Minjae, Ok Gahyang dan Lee Youngji. Mereka berpikir bahwa Lee Youngji tidak cukup “*hip hop*” karena bersekolah, memakai seragam dan dasi yang ketat sesuai aturan. Sedangkan, mereka yang *drop out*, tidak belajar dan fokus bermusik adalah yang paling “*hip hop*”. Song Minjae berkata, “putus sekolah dan belajar musik di rumah sama dengan *home schooling*. Jika kamu belajar matematika di sekolah, kami belajar musik di rumah.” Dapat dilihat bahwa motivasi dari putus sekolah adalah untuk fokus mengejar karir. Kemudian, Lee Youngji bertanya, “dari mana kamu belajar *hip hop* seperti itu?” dan dijawab oleh Kang Hyeonjun, “dari *YouTube*.”

Konten-konten seperti lagu, video dan berita yang dulunya diakses secara analog dalam format kaset pita, CD dan media cetak menjadi konten yang dapat diakses secara digital melalui internet. Seiring berjalannya waktu, platform musik digital lebih diminati dibanding mengonsumsi musik melalui album fisik, contohnya adalah *Melon*. Platform musik *Melon* sudah ada sejak tahun 2004



dan menjadi platform musik dengan pengguna terbanyak. Di *Melon* dapat terlihat berapa pengguna yang menyukai lagu tersebut dan melihat peringkat lagu tersebut secara langsung. Terdapat *Genie*, *Flo*, *Naver Vibe* dan *Bugs* sebagai platform musik lainnya. Namun, platform musik ini hanya dapat digunakan oleh pemilik nomor telepon Korea sehingga sulit untuk penggemar internasional menggunakan platform musik ini atau dapat dikatakan sebagai platform musik yang eksklusif. Pada era 2010-an, salah satu platform musik asal Swedia, *Spotify*, masih belum masuk di Korea, walaupun demikian penggunanya dari berbagai negara banyak yang menggunakan *Spotify* sebagai platform streaming musik Korea (*K-Pop*, *KHH*, *K-indie* dan lainnya) sebagai pengganti platform musik eksklusif Korea yang tadi telah disebutkan.

Publisitas konten tidak hanya melalui platform musik atau audio visual saja, tapi juga media sosial. Media sosial semakin sering digunakan dan muncul banyak akun media sosial seperti di *Instagram*, *Twitter* dan situs *webzine* (akronim *website* dan *magazine*) yang memberikan informasi seputar *KHH* maupun *hip hop* internasional kepada penggemarnya. Beberapa situs *webzine* yang populer di Korea adalah *HIPHOPPLAYA* (2000–sekarang), *RHYTHMER* (2001–sekarang) dan *HIPHOPLE* (2010–sekarang). Dikutip dari situs *hiphopplaya.com*, *HIPHOPPLAYA* merupakan situs pertama di Korea yang membahas *hip hop* dengan 420.000 pengguna. *HIPHOPPLAYA* muncul pada tahun 2000. Pada era 2010-an, mereka banyak menyumbangkan kontribusi pada publisitas *KHH*. Tahun 2011 mereka membuat kompetisi bagi *rapper* amatir berjudul “*OPEN MIC*”. Tahun 2014, mereka meluncurkan konten dalam bentuk radio yang membahas tentang *KHH* dan mengundang *rapper* Korea. Pada tahun yang sama (2014) mereka membuat “*HIPHOPPLAYA SHOW WEEKEND*”, sebuah konser *KHH* berskala kecil. Pada tahun 2016, mereka meluncurkan “*HIPHOPPLAYA FESTIVAL*” yaitu sebuah konser *KHH* dengan skala besar.

Situs kedua adalah *RHYTHMER* yang muncul pada tahun 2001. Dikutip dari situs *rhythmer.net*, *RHYTHMER* merupakan majalah daring yang menyediakan informasi, kritik yang berfokus dan berupaya menghancurkan stereotip yang menempel pada musik *rap/hip hop* dan musik *R&B/Soul* sejak edisi pertamanya. Seiring dengan musik *hip hop* yang semakin populer melalui informasi dari perspektif profesional, *RHYTHMER* juga bertugas untuk mengenalkan tren ini pada masyarakat Korea.

Situs ketiga adalah *HIPHOPLE* yang muncul pada tahun 2010. Dikutip dari situs *hiphople.com*, *HIPHOPLE* adalah media platform dan media konten kreator yang membahas musik, budaya dan gaya hidup *hip hop* secara profesional. Pada tahun 2017, *HIPHOPPLAYA* dan *HIPHOPLE* bekerjasama meluncurkan acara penghargaan *KHH* bernama *Korean Hip Hop Awards* dengan *Naver NOW* sebagai sponsor medianya. Dikutip dari situs resmi *koreanhiphopawards.com*, *Korean Hip Hop Awards* dibentuk dengan harapan mendukung para musisi *KHH* untuk terus mengibarkan kiprah *KHH* dan memberikan kontribusi walau sekecil apapun pada *hip hop* di Korea dalam 20 tahun kedepan.

Ketiga situs tersebut menjadi situs representatif media *niche* untuk publisitas *hip hop* di Korea dalam membahas berbagai berita seputar artis *hip hop* baik Korea maupun internasional. Menampilkan berita seputar rilisan musik *hip hop* terbaru, berita terbaru mengenai penyanyi atau grup musik *hip hop*, menyediakan forum diskusi penggemar, wawancara dengan artis, rekomendasi musik, *feature* dan lainnya. Situs-situs ini juga memberikan edukasi secara tidak



langsung bagi para pembacanya. *HIPHOPPLAYA* dan *HIPHOPLE* sangat aktif bukan hanya dalam penulisan berita dalam *blog*, mereka juga membagikan informasi melalui media sosial seperti *Instagram*, *Twitter* dan *YouTube*. Mereka menghadirkan *podcast* wawancara dengan artis KHH dan konten lainnya.

Peran Media Cetak dalam *Korean Hip Hop* Era 2010-an

Media cetak tidak begitu memberikan hal signifikan bagi publisitas KHH. Pada era 2010-an belum ada majalah atau koran yang khusus memuat berita seputar KHH. Namun, banyak musisi *Korean hip hop* yang muncul di majalah Korea sebagai *cover model* atau dimuat dalam rubrik khusus. Pada tahun 2018 diketahui bahwa lagu “Kkumi Mwoya” (*Dream Chaser*) yang diproduksi Gray, produser musik asal Korea, menjadi salah satu lagu yang dimuat dalam buku pelajaran tingkat SMA di Korea. Lagu ini memiliki arti positif yang memotivasi siswa untuk mengejar mimpi. Hal ini cukup mengejutkan karena *hip hop* yang identik dengan hal-hal negatif dapat menjadi sarana edukasi dan motivasi generasi muda. Hal ini sempat dibahas dalam acara *Come Back Home* yang ditayangkan di KBS2 saat Gray dan *rapper* Simon Dominic diundang dalam acara tersebut. Dalam buku pelajaran tersebut terdapat kolom debat bertajuk ‘랩 음악에서의 ‘디스(diss)’ 이대로 좋은가’ [*rap eumakeso-e disseu idaero joeunga*] yang artinya ”apakah *diss* (mencela) seseorang dalam musik rap adalah hal yang baik?”. Hal ini dapat menjadi bahan edukasi dan pembahasan menarik untuk siswa yang tertarik dengan musik rap. Terdapat pro dan kontra terhadap perdebatan tersebut. Argumen pro mengatakan bahwa *diss* merupakan bentuk kebebasan untuk berkarya. Sementara argumen kontra mengatakan bahwa perlunya batasan untuk “*diss*”. *Rapper* Simon Dominic menyatakan bahwa *diss* merupakan bagian budaya dari hiburan *hip hop*. Tidak dijelaskan mengapa lagu tersebut masuk ke dalam kurikulum pembelajaran. Namun, dapat dilihat dalam buku pelajaran tersebut memang terdapat lagu-lagu lain dari berbagai aliran.

KESIMPULAN

Pengaruh dan peran media penyiaran secara spesifik adalah sebagai acara hiburan musik, wadah komersialisasi *Korean Hip Hop* (KHH), kontributor dalam distribusi KHH, meningkatkan peminat atau pendengar KHH dari berbagai usia dan kalangan, memperkenalkan KHH ke ranah internasional, dan memberikan ruang bagi *rapper* perempuan dan *idol rapper*. Namun, terdapat juga pengaruh buruk dan stereotip negatif. Seperti esensi *hip hop* yang semakin terdistorsi, banyaknya *rapper* yang putus sekolah karena ingin menjadi *rapstar*, hasil suntingan acara televisi tanpa mementingkan peserta dan konten yang dibuat hanya untuk menarik penonton. Publisitas melalui media penyiaran sangat berperan dalam memperkenalkan KHH kepada masyarakat umum namun kurang berperan dalam mengedukasi penonton mengenai budaya tersebut.

Media digital menjadi pendukung publisitas media penyiaran dan memberikan edukasi bagi penikmat musik *hip hop*. Karya seorang musisi atau grup semakin mudah dijangkau dan popularitasnya dapat dilihat langsung karena sifat media digital yang interaktif. Jika konten yang ditampilkan di media penyiaran masih harus melewati proses sensor sehingga musisi kurang



leluasa dalam menyebarkan karyanya dan komunikasi satu arah, konten yang diunggah di media digital lebih bebas. Diskusi terjadi secara dua arah antara penikmat musik dan pembuat karya sehingga jarak di antara keduanya menjadi lebih dekat.

Media cetak tidak begitu berperan signifikan dalam publisitas KHH. Keterbatasan sumber cetak dan zaman yang sudah serba digital membuat konten yang biasa disebar di media cetak banyak diunggah dan dialihkan ke media digital. *Hip hop* di Korea memang sudah bergerak secara digital sejak awal kemunculannya. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa media penyiaran dan media digital menjadi dua jenis media yang paling berperan dalam publisitas KHH. Sedangkan, media cetak tidak begitu berperan dalam publisitas KHH. Sesuai dengan teori kultivasi bahwa efek jangka panjang televisi dapat menanamkan ideologi pada penontonnya, acara kompetisi *hip hop* yang disiarkan di televisi memberikan banyak gambaran tentang *hip hop*. Citra negatif *hip hop* yang kontroversial lebih banyak digambarkan dalam televisi untuk kepentingan komersial. Sedangkan, media digital berperan mengkritik dan menyebarkan sisi lain dari *hip hop* yang tidak ditampilkan dalam acara televisi dengan lebih bebas.

DAFTAR PUSTAKA

- About Hiphople. (n.d.). Hiphople. Diakses pada 10 Mei 2022 pukul 21.09, dari <https://hiphople.com/about>
- Affandi, R. [Ratih Affandi]. (April 4 2021). *Definisi & Dampak dari Teori Kultivasi - Part I* [Video]. YouTube. Diakses pada 5 Maret 2022 pukul 23.01, dari <https://www.youtube.com/watch?v=tubzsbroFLg&feature=youtu.be>
- Fendler, U. (2017). Roots and Routes: Hip-Hop from South Korea. *Kritika Kultura*, (29). <https://doi.org/10.13185/kk2017.02909>
- Halik, A. (2013). *Komunikasi Massa*. Makassar: Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin.
- Hanson, R. E. (2018). *Mass Communication: Living in a Media World* (7th ed.). SAGE Publications, Inc.
- Hare, S., & Baker, A. (2017). Keepin' It Real: Authenticity, Commercialization, and the Media in Korean Hip Hop. *SAGE Open*, 7(2), 1–12. <https://doi.org/10.1177/2158244017710294>
- Harries, G., & Wahl-Jorgensen, K. (2007). The culture of arts journalists. *Journalism*, 8(6), 619–639. <https://doi.org/10.1177/1464884907083115>
- Hebdige, D. (1979). *Subculture: The Meaning of Style (New Accents)* (1st ed.). London: Routledge.
- Herman, C. K. O. (2009). *"It's Just Music. . . Right?" Exploring The Relationship Between Hip Hop Mass Media and African Americans Perception Of Gender Roles*. University of Louisville.
- "High School Rapper" Returns For 3rd Season. (22 Februari 2019). Koreatimes. Diakses pada 22 April 2022, dari https://www.koreatimes.co.kr/www/art/2019/02/688_264231.html



- Kim, T. R., & Kim, K. D. (2015). The Formative Process of Korean Underground Hiphop and Its Future Task. *Journal of Multi-Cultural Contents Studies*, 18. <https://doi.org/10.15400/mccs.2015.04.18.299>
- KBS2 *Come Back Home - Episode 7*. (12 Mei 2021). [Video]. Kisstvshow.to. Diakses pada 11 Mei 2022 pukul 15.49, dari <http://kisstvshow.to/Show/Come-Back-Home/Episode7?id=27425&s=beta&pfail=1>
- Korean Hiphop Awards 2022*. (n.d.). KOREAN HIPHOP AWARDS. Diakses pada 8 Maret 2022 pukul 10.06, dari <https://koreanhiphopawards.com/>
- Koreanization*. (n.d.). Google Arts & Culture. Diakses pada 2 Mei 2022 pukul 12.07, dari <https://artsandculture.google.com/entity/koreanization/g11j5hn1ghl?hl=en>
- Koreanization: Examples and Strategies*. (n.d.). Ebrary. Diakses pada 2 Mei 2022 pukul 12.09, dari https://ebrary.net/104638/economics/koreanization_examples_strategies
- Lee, C., & Lee, J. W. (2021). Show Me the Monolingualism: Korean Hip-Hop and the Discourse of Difference. *Inter-Asia Cultural Studies*, 22(1). <https://doi.org/10.1080/14649373.2021.1886475>
- Lee, M., Choi, H., Cho, D., & Lee, H. (2016). Cannibalizing or Complementing? The Impact of Online Streaming Services on Music Record Sales. *Procedia Computer Science*, 91. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2016.07.166>
- Lee, J. (2017). Broadcasting Media and Popular Music Institution, Technologies, and Power. In H. Shin & S. Lee (Eds.), *Made in Korea: Studies in Popular Music* (pp. 35–45). New York: Routledge.
- Mnet TV. (22 Februari 2019). [ENG sub] *schoolrapper 3 [1 회] 힙합이/아? 아~아?*
힙합감별사 고1 들의 첫만남 190222 EP.1 [Video]. YouTube. Diakses pada 10 Juni 2022 pukul 15.17, dari <https://www.youtube.com/watch?v=oIvyhZsqkaU&feature=youtu.be>
- Oh, I., & Lee, H. (2013). Mass Media Technologies and Popular Music Genres: K-pop and YouTube. *Korea Journal*, 53(4), 34–58. <https://doi.org/10.25024/kj.2013.53.4.34>
- Persaud, E. J. (2011). The Signature of Hip Hop: A Sociological Perspective. *International Journal of Criminology and Sociological Theory*, 4(1).
- Price, E. (2006). *Hip Hop Culture*. Santa Barbara: ABC-CLIO.
- Park, T. K., & Kim, Y. (15 Januari 2019). *A Brief History of Korean Hip-hop*. Vulture. Diakses pada 8 Maret 2022 pukul 16.01, dari <https://www.vulture.com/2019/01/a-brief-history-of-korean-hip-hop.html>
- Producer Timbaland Joins Judges Panel On "Show Me The Money 5" In LA*. (28 Mei 2016). Soompi. Diakses pada 3 Mei 2022 pukul 17.01, dari <https://www.soompi.com/article/860787wpp/producer-timbaland-joins-judges-panel-on-show-me-the-money-5-in-la>
- Saefudin, A., & Venus, A. (2007). Cultivation Theory. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 8(1). <https://doi.org/10.29313/mediator.v8i1.1243>



Received: Mei 2022, Accepted: Juni 2022, Published: Juli 2022

- Show Me The Money 3*. (18 Agustus 2015). [Video]. Myasiantv. Diakses pada 18 Juni 2022 pukul 21.55, dari <https://www1.myasiantv.cc/kshow/show-me-the-money-3>
- “*Show Me the Money 3*” *Had 3,000 Rappers Try Out For Preliminary Round*. (21 Mei 2014). Soompi. Diakses pada 2 Mei 2022 pukul 16.08, dari <https://www.soompi.com/article/611201wpp/show-me-the-money-3-had-3000-rappers-try-out-for-preliminary-round>
- Show Me The Money 4*. (28 Juni 2015). [Video]. Myasiantv. Diakses pada 19 Juni 2022 pukul 18.07, dari <https://www1.myasiantv.cc/kshow/show-me-the-money-4>
- Show Me The Money Season 6*. (21 Agustus 2022). [Video]. Myasiantv. Diakses pada 20 Juni 2022 pukul 19.08, dari <https://www1.myasiantv.cc/kshow/show-me-the-money-season-6>
- “*Show Me The Money 6*” *Sees Return Of Contestants Double K, Junoflo, Microdot, And More For Auditions*. (1 Mei 2017). Soompi. Diakses pada 2 Mei 2022 pukul 16.15, dari <https://www.soompi.com/article/979349wpp/show-money-6-sees-return-contestants-double-k-junoflo-microdot-auditions>
- Show Me The Money 777 (2018)*. (17 September 2018). [Video]. Myasiantv. Diakses pada 21 Juni 2022 pukul 20.04, dari <https://www1.myasiantv.cc/kshow/show-me-the-money-777>
- Song, M. S. (2019). *Hanguk Hip Hop Global Rap in South Korea*. New York: Springer Publishing.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Thornton, S. (1996). *Club Cultures: Music, Media, and Subcultural Capital (Music / Culture)*. Oxford: Wesleyan University Press.
- Um, H. K. (2013). The Poetics of Resistance and The Politics of Crossing Borders: Korean Hip-Hop and ‘Cultural Reterritorialisation.’ *Popular Music*, 32(1), 51–64. <https://doi.org/10.1017/s0261143012000542>
- Yang, J. (2017). Korean Black Music and Its Culture: Soul, Funk and Hip-Hop. Dalam H. Shin & S. Lee (Eds.), *Made in Korea: Studies in Popular Music* (pp. 95–106). New York: Routledge.
- 리드머 - 대한민국 힙합/알앤비 미디어. (n.d.). RHYTHMER. Diakses pada 12 Juni 2022 pukul 17.35, dari <http://www.rhythmer.net/src/page.php?c=90&src=about&anchor=11>
- “쇼미 777” 최승준 CP ‘베팅 시스템, 청소년에 악영향? 예능일뿐.’ (7 September 2018). 뉴스 1. Diakses pada 2 Mei 2022 pukul 17.46, dari <https://www.news1.kr/articles/?3420434>
- ‘쇼미더머니 4’ 스눅독, ‘깜짝 등장’... “어떻게 스눅독이 여기에?”. (11 Juli 2015). 비즈엔터. Diakses pada 20 April 2022 pukul 15.28, dari http://enter.etoday.co.kr/view/news_view.php?varAtcId=49207



- “쇼미더머니 4”, 역대급 흥행... 이미 “쇼미 3” 훌쩍. (27 Juni 2015). 조선일보. Diakses pada 10 Juni 2022 pukul 18.56, dari https://www.chosun.com/site/data/html_dir/2015/06/27/2015062700823.html
- “쇼미더머니 4” 타블로 지누션 ‘랩보다 할배’ 아니다’ 냉정한 독설 예고. (24 Juni 2016). 메트로신문. Diakses pada 2 Mei 2022 pukul 13.02, dari <https://www.metroseoul.co.kr/article/2015062400174>
- “쇼미더머니 5” 국내 1 차예선 종료.. 지원자부터 프로듀서까지 “대박.” (14 Maret 2016). 스타뉴스. Diakses pada 2 Mei 2022 pukul 13.06, dari <https://star.mt.co.kr/stview.php?no=2016031415211446535&type=1&outlink=1>
- [쇼미더머니]가 만든 ‘힙합 카스트.’ (2 Agustus 2017). 시사 IN. Diakses pada 2 Mei 2022 pukul 13.17, dari <https://www.sisain.co.kr/news/articleView.html?idxno=29724>
- ‘슈퍼스타 K’부터 ‘프로듀스 101’까지 오디션 프로그램 역사서 ver.2017. (5 Maret 2017). 매일경제. Diakses pada 2 Juni 2022 pukul 14.37, dari <https://www.mk.co.kr/news/culture/view/2017/05/298506/>
- 언프리티 랩스타 3 고익조 CP, 걸그룹 참가자 증가? 힙합 실상 반영. (29 Juli 2016). 텐아시아 연예뉴스. Diakses pada 28 April 2022 di akses pada 20.09, dari <https://tenasia.hankyung.com/topic/article/2016072944054>
- 자퇴생→힙합신의 미래... ‘고등래퍼 2’ 김하은 이로운 이병재란 떡잎. (24 April 2018). 한경연예. Diakses pada 7 April 2022 pukul 23.19, dari <https://www.hankyung.com/entertainment/article/201804243710H>
- 절었는데도 다음 라운드 진출권 받은 쇼미 8 윤희이 평소 실력(영상). (27 Juli 2019). 위키트리. Diakses pada 2 Mei 2022 pukul 00.17, dari <https://www.wikitree.co.kr/articles/449131>
- 평론가들 “‘쇼미더머니’, 힙합=대세 만든 일등공신.” (20 Juni 2017). 조선일보. Diakses pada 2 Mei 2022 pukul 00.34, dari https://www.chosun.com/site/data/html_dir/2017/06/20/2017062001245.html
- (현장)고등래퍼 PD가 밝히는 성공한 콘텐츠의 비결. (31 Mei 2018). 플래툰. Diakses pada 20 April 2022 pukul 10.46, dari <https://platum.kr/archives/101156>
- “힙합이니까 용서하라고? 쇼미더머니가 힙합을 망쳤다.” (25 Agustus 2015). 미디어오늘. Diakses pada 12 Juni 2022 pukul 01.23, dari <http://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?mod=news&act=articleView&idxno=124667>



Received: Mei 2022, Accepted: Juni 2022, Published: Juli 2022

- 힙합플레이야 소개. (12 Oktober 2016). HIPHOPPLAYA. Diakses pada 10 Mei 2022 pukul 10.08, dari https://hiphopplaya.com/g2/bbs/board.php?bo_table=site_introduction
- 역대 쇼미더머니 제작진들과 시청률. (2018, October 27). 더쿠. Diakses pada 19 Juni 2022 pukul 12.04, dari <https://theqoo.net/hiphop/903753526>
- 쇼미더머니 777 시청률. (21 Januari 2015). NAVER. Diakses pada 19 Juni 2022 pukul 12.05, dari https://search.naver.com/search.naver?where=nexearch&sm=top_hy&fbm=0&ie=utf8&query=%EC%87%BC%EB%AF%B8%EB%8D%94%EB%A8%B8%EB%8B%88+777+%EC%8B%9C%EC%B2%AD%EB%A5%A0
- 쇼미더머니 8 시청률. (21 Januari 2015). NAVER. Diakses pada 19 Juni 2022 pukul 12.07, dari https://search.naver.com/search.naver?where=nexearch&sm=top_hy&fbm=1&ie=utf8&query=%EC%87%BC%EB%AF%B8%EB%8D%94%EB%A8%B8%EB%8B%88+8+%EC%8B%9C%EC%B2%AD%EB%A5%A0
- [팝업★]'쇼미6' 최연소 TOP6 조우찬, 초등래퍼의 반란. (22 Agustus 2017). ZUM 뉴스. Diakses pada 8 Juli 2022 pukul 18.07, dari <https://m.news.zum.com/articles/39867680>
- 1theK Originals. (4 Februari 2020). 윤비 주먹을 본 양홍원의 솔직심정? | 양홍원(Young B) _ The End | 본인등판 | Look Me Up [Video]. YouTube. Diakses pada 8 Juli 2022, dari <https://youtu.be/BmlQ9ag9x04>