

## **KOREAN POP (K-POP) DAN EKSPRESI IDENTITAS DIRI ANGGOTA FANSCLUB K-POP DI PEKANBARU**

**Oleh: Dian Armyla Sari**

*armylasaridian27@gmail.com*

**Pembimbing : Dr. Hesti Asriwandari, M.Si**

*hesti.asriwandari@lecturer.unri.a.id*

Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jalan H.R. Soebrantas Km.12,5 Simpang Baru,  
Pekanbaru 28293 Telp/Fax. 0761-63227

### **Abstrak**

Pada awal tahun 2000-an budaya pop Korea telah tersebar luas di masyarakat dunia dan masuk ke Indonesia yang mana masyarakat Indonesia tertuju pada Korea Selatan yang sedang mengadakan piala dunia, selain itu stasiun televisi swasta Indonesia banyak menayangkan drama Korea yang menarik perhatian masyarakat Indonesia. Akhirnya budaya pop Korea dapat membentuk fansclub K-pop di Indonesia hingga tersebar luas di kota-kota seperti kota Pekanbaru. Pada 10 februari 2012 telah terbentuk komunitas K-popers Pekanbaru. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aktivitas fansclub K-pop Pekanbaru dan ekspresi identitas diri anggota fansclubnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah kualitatif yang mana peneliti mendapatkan 9 orang subyek yang dipilih menggunakan *purposive sampling* dengan memenuhi kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa mereka melakukan aktivitas yang terdapat konsumsi simbol baik di sosial media maupun di kehidupan nyata, mereka juga suka mengoleksi barang K-pop, mereka menunjukkan bahwa mereka adalah K-popers pada saat aktivitas fansclub ataupun komunitaa K-popersnya, menggunakan atribut dan pada setiap harinya mereka hanya memakai aksesoris biasa saja seperti pin dan gantungan tas. Mereka menyadari dampak dan manfaat sebagai K-popers, darihal positif mereka jadi rajin menabung, mandiri dan bekerja keras untuk mencapai sesuatu dan dari hal negatif mereka menjadi boros dalam membeli barang K-pop, menghabiskan uang untuk kegiatan K-pop seperti ganthering, menonton konser dan kegiatan K-poplainnya dan juga aktivitas mereka seperti sering asik dengan dunia mereka sendiri.

**Kata Kunci: Korean pop, Ekspresi, Identitas diri**

**KOREAN POP (K-POP) AND K-POP FANSCLUB MEMBERS SELF  
EXPRESSION IN PEKANBARU**

**By: Dian Armyla Sari**

*armylasaridian27@gmail.com*

**Supervisor: Dr. Hesti Asriwandari, M.Si**

*hesti.asriwandari@lecturer.unri.a.id*

*Department of Sociology Faculty of Social and Political Sciences  
Universitas Riau*

*Kampus Bina Widya Jl. H.R. Soebrantas Km.12,5 Simpang Baru  
Pekanbaru 28293 Telp/Fax. 0761-63227*

**Abstract**

*In the early 2000s Korean pop culture was widespread in the world community and entered Indonesia, where Indonesian people were focused on South Korea who was holding a world cup, besides that Indonesian private television stations broadcast many Korean dramas that drew the attention of Indonesian people. Finally, Korean pop culture can form K-pop fan clubs in Indonesia to be widespread in cities like Pekanbaru. On February 10, 2012 the Pekanbaru K-popers community was formed. This study aims to determine the activities of Pekanbaru K-pop fansclub and the expression of the identity of the fansclub members. The method used in this study is qualitative in which the researcher gets 9 selected subjects using purposive sampling to meet the criteria determined by the researcher. The results of this study stated that they carry out activities that contain symbol consumption both on social media and in real life, they also like to collect K-pop items, they show that they are K-popers during fansclub activities or K-popers communities, using attributes and every day they only use ordinary accessories such as pins and bag hangers. They realize the impact and benefits of being K-popers, from positive things to being diligent in saving, being independent and working hard to achieve something and from negative things they become wasteful in buying K-pop goods, spending money on K-pop activities such as gathering, watching concerts and other K-pop activities as well as their activities with their own world.*

**Keyword: Korean pop, Expression, Identity**

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Globalisasi diartikan sebagai proses yang menghasilkan dunia tunggal, masyarakat di seluruh dunia menjadi saling tergantung di semua aspek kehidupan politik, ekonomi, dan budaya (Robertson dalam Sztompak, 1994). Globalisasi mempunyai dampak salah satunya seperti westernisasi.

Tingginya pengaruh westernisasi pada masyarakat sudah banyak diakui dan sejak tahun 1990-an muncullah istilah *Hallyu* atau *Korean Wave* ini adalah istilah yang digunakan untuk menyatakan bahwa budaya pop Korea telah tersebar luas dimasyarakat dunia.

Fenomena *Korean Wave* atau *Hallyu* yang saat ini sedang melanda Indonesia banyak mempengaruhi kehidupan masyarakat khususnya kawulan muda atau remaja. *Korean Wave* masuk ke Indonesia pada awal tahun 2000-an.

Di samping drama, masuknya penyanyi Korea juga turut ambil bagian untuk memperkuat eksistensi *Korean Wave* di Indonesia. Rain dan Boa adalah gerbang awal pembukaan dunia K-Pop di industri musik Indonesia. Setelah itu mulailah masuk boy band seperti TVXQ, Super Junior dan Big Bang, serta masuk juga girl band seperti SNSD, Wonder Girl dan 2ne1 di Indonesia.

Kekuatan yang dimiliki oleh *Hallyu* dapat kita lihat telah terbentuknya fans club k-pop di Indonesia, tidak hanya dikota-kota besar saja tetapi telah tersebar luas di daerah-daerah atau pulau-pulau yang ada di Indonesia salah satunya yaitu kota Pekanbaru.

Pada 10 februari 2012 telah resmi berdirinya komunitas K-popers Pekanbaru, yang mana terdiri dari 4 fandom atau fansclub. Sejak berdirinya Komunitas K-Popers Pekanbaru telah melakukan beberapa kegiatan seperti *mini gathering K-popers Pekanbaru* pada 10 februari 2012 yang bertempat di cafe chocolate, selanjutnya pada 28 april 2013 mengadakan *hangout with K-popers Pekanbaru* yang bertempat di Bandar Serai Pekanbaru, lalu K-popers Pekanbaru berbagi yang mana kegiatan diadakan untuk membantu sesama kita dengan melakukan penggalangan dana dan pakaian layak pakai untuk diberikan kepada beberapa panti asuhan di Pekanbaru, *2nd gathering K-popers Pekanbaru* yang diadakan pada 9 february 2014, *3th gathering K-popers Pekanbaru* pada 10 februari 2015, *4th gathering K-popers Pekanbaru* pada bulan maret 2015 lalu (Rena, 2017).

Saat ini di kota Pekanbaru terdapat sekitar 17 fansclub atau fandom yang ada di kota Pekanbaru. Pada 29 april 2018 K-popers Pekanbaru mengadakan *gathering k-pop Pekanbaru ke-6* yang diadakan di Hotel Alpha, pada hari minggu 07 oktober 2018 K-popers Pekanbaru mengadakan galang dana di CFD untuk korban bencana Palu dan untuk 3 february 2019 diadakan acara *Gathering K-Pop yang ke-7* bertempat di Ballroom Grand Central Hotel. Acara *gathering k-pop* ini selalu dilakukan pada setiap tahunnya. Mereka tidak hanya berfokus pada hal yang mereka sukai saja tetapi mereka masih ingat sesama dan saling menolong.

Bebicara tentang k-pop tidak bisa lepas dari penggemar yang terkenal loyal dengan idolanya. Fans rela melakukan banyak hal seperti

menonton konser dan mereka tak segan mengeluarkan banyak uang untuk membeli segala macam pernak pernik tentang idolnya. Proses penyebaran budaya Korea atau *Hallyu* tidak bisa terlepas dari keberadaan media massa dapat dikatakan bahwa media massa adalah saluran utama penggerak *Korean Wave* (Wijayanti, 2012).

Mereka juga menyukai produk korea selatan seperti makanan Korea, film, musik, dan fashion, dari rasa ketertarikan itu pula mereka mempelajari bahasa Korea dan tulisannya (hangul). Penggemar K-pop juga membeli barang-barang yang berhubungan dengan idolnya dan para remaja ini ada juga yang mengikuti konser idol mereka. Para remaja selalu menabung, menyetor uang jajan atau uang jatah bulanan mereka agar semua keinginan mereka tercapai dari memiliki barang-barang yang harganya murah hingga yang mahal.

Mereka menyukai para artis Korea mulai dari aktris dan aktor, boyband, girlband dan penyanyi solo karena penampilan dan tubuh yang cantik dan bagus, suara yang indah, style mereka diatas panggung yang bagus, sikap dan sifat saat berada dalam suatu reality show ataupun yang tersorot kamera, dan rasa semangat mereka dalam pendidikan, itu lah yang membuat para penggemar K-pop tertarik dan tak jarang dari mereka mencontoh hal yang positif dari para idol mereka.

Identitas adalah jati diri yang dimiliki sejak lahir sehingga melalui proses interaksi yang dilakukan setiap hari dalam kehidupan yang kemudian membentuk suatu pola khusus yang mendefinisikan tentang orang tersebut.

Ketika berada dalam fandom atau fansclub para penggemar tidak malu untuk bersikap di luar batas normal seorang penggemar. Misalnya pada saat mengikuti acara ghatring atau acara perfandom dan atau menonton konser mereka menggunakan aksesoris seperti bando yang bertuliskan nama idolnya atau wajah idolnya, membawa kipas yang bertuliskan nama idolnya atau wajah idolnya, ada juga yang membawa doll yang menunjukkan itu adalah idolnya bahkan ada juga yang membawa hand benar menunjukkan kecintaan mereka terhadap idolnya. Namun ketika mereka diluar fansclub, mereka kembali menjadi pribadi yang biasa saja seperti pribadi mereka yang sesungguhnya.

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti, peneliti merasa tertarik untuk meneliti fans club K-pop di Pekanbaru karena didalamnya banyak diikuti oleh para remaja pekanbaru yang masih dalam kategori pelajar dan mahasiswa juga. Dari pemaparan diatas peneliti tertarik untuk meneliti tentang "Korean Pop (K-pop) dan ekspresi identitas diri anggota fansclub K-pop di Pekanbaru".

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari rumusan masalah diatas, maka peneliti menyimpulkan dalam bentuk pertanyaan dan ingin melihat :

1. Bagaimana aktivitas fansclub K-pop Pekanbaru ?
2. Bagaimana ekspresi identitas diri anggota fansclub ?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas dapat disimpulkan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui aktivitas yang dilakukan Fansclub K-Pop Pekanbaru
2. Untuk mengetahui seperti apa ekspresi identitas diri dari anggota fansclub K-pop di Pekanbaru.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Penulisan ini dibuat dengan harapan dapat memberikan manfaat bagi:

1. Khalayak Peneliti  
Membantu peneliti lain agar bisa dijadikan sebagai masukan atau perbandingan dengan permasalahan yang sama.
2. Khalayak Fandom  
Diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai perilaku anggota fandom, khususnya fandom K-Pop
3. Orang tua  
Diharapkan orang tua mampu mengarahkan pada kegiatan yang positif dan memberikan pengawasan kepada anak jika anaknya menjadi anggota suatu fandom.

## TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Interaksionis Simbolik

Menurut Blumer interaksionis simbolik bertumpu pada tiga premis: (1) manusia bertindak terhadap sesuatu berdasarkan makna-makna yang ada pada sesuatu itu bagi mereka; (2) makna tersebut berasal dari “interaksi sosial seseorang dengan orang lain”; (3) makna

tersebut disempurnakan disaat proses interaksi sosial berlangsung. Interaksionis simbolik yang diketengahkan Blumer mengandung sejumlah *root images* atau ide-ide besar yang dapat diringkas seperti berikut:

1. Masyarakat terdiri dari manusia yang berintraksi.
2. Interaksi terdiri dari berbagai kegiatan manusia yang berhubungan dengan kegiatan manusia yang lain.
3. Objek-objek tidak mempunyai makna intrinsik, makna lebih merupakan produk interaksi simbolis.
4. Manusia tidak hanya mengenal objek eksternal, mereka dapat melihat dirinya sebagai objek.
5. Tindakan manusia adalah tindakan interpretatif yang dibuat oleh manusia itu sendiri.
6. Tindakan tersebut saling dikaitkan dan disesuaikan oleh anggota-anggota kelompok, hal ini disebut sebagai tindakan bersama yang dibatasi sebagai “organisasi sosial dari perilaku tindakan-tindakan berbagai manusia”.

Mead mengidentifikasi dua aspek atau fase diri yang ia namakan “I” dan “Me”. Mead menyatakan “Diri pada dasarnya adalah proses sosial yang berlangsung dalam dua fase yang dapat dibedakan” (1934/1962:178). Perlu diingat bahwa “I” dan “Me” adalah proses yang terjadi didalam proses diri yang lebih luas, keduanya bukanlah sesuatu (*things*).

“I” dan “Me” adalah tanggapan spontan anggota terhadap orang lain. “I” memberi sistem teoritis Mead dinamisme dan kreativitas yang

memang banyak dibutuhkan. “I” inilah yang memungkinkan terjadinya perubahan karena, setiap kepribadian adalah campuran dari “I” dan “Me”. maka tokoh besar dalam sejarah

“I” bereaksi terhadap “Me” yang mengorganisir sekumpulan sikap orang lain yang ia ambil menjadi sikap sendiri (Mead, 1934/1962:175). Mead mengatakan “Me” adalah individu biasa, konvensional (1934/1962:197). Melalui “Me” lah masyarakat menguasai individu.

Mead melihat “I” dan “Me” menurut pandangan pragmatis. “Me” memungkinkan individu hidup nyaman dalam kehidupan sosial, sedangkan “I” memungkinkan terjadinya perubahan masyarakat. Masyarakat mempunyai kemampuan menyesuaikan diri yang memungkinkannya berfungsi dan terus menerus mendapatkan masukan baru untuk mencegah terjadinya stagnasi. “I” dan “Me” adalah bagian dari keseluruhan proses sosial dan memungkinkan baik individu maupun masyarakat, berfungsi secara lebih efektif.

Simbol signifikan adalah jenis gerak isyarat yang hanya dapat diciptakan manusia. Isyarat menjadi *simbol signifikan* bila muncul dari individu yang membuat simbol-simbol itu sama dengan sejenis tanggapan (tetapi tak selalu sama) yang diperoleh dari orang yang menjadi sasaran isyarat. Isyarat fisik dapat menjadi simbol yang signifikan, namun secara ideal tidak cocok dijadikan simbol signifikan karena orang tidak dapat dengan mudah melihat atau mendengarkan isyarat fisiknya sendiri. Ungkapan

suara yang paling memungkinkan menjadi simbol yang signifikan meski tidak semua ucapan, kumpulan isyarat suara yang paling mungkin menjadi simbol yang signifikan adalah bahasa.

Mead (1986) membedakan interaksi sosial dalam masyarakat terjadi dalam dua bentuk utama, yakni “percakapan isyarat” (interaksi non-simbolis) dan “penggunaan simbol-simbol penting” (interaksi simbolis). Interaksi non-simbolis berarti bahwa manusia merespon secara cepat dan langsung tanpa sadar satu sama lain terhadap tindakan atau isyarat orang lain tersebut berdasarkan arti yang dihasilkan dari interpretasi yang ia lakukan. Sedangkan ciri-ciri interaksi simbolis adalah pada konteks simbol, sebab mereka mencoba mengerti makna atau maksud dari suatu aksi yang dilakukan satu dengan yang lain.

## 2.2 Gaya Hidup

Menurut Max Weber, gaya hidup merupakan persamaan status kehormatan yang ditandai dengan konsumsi terhadap simbol gaya hidup yang sama. Gaya hidup menurut Koatler (2002:192) adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” dalam berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya. Budaya ini telah meruntuhkan akal sehat karena orang tidak lagi dapat membedakan antara keinginan (*want*) dan kebutuhan (*need*). Menurut Merrin (2007: 16) kontribusi paling terkenal Baudrillard dalam sosiologi ialah

teorisasinya tentang masyarakat simbolik dan masyarakat semiotik.

Definisi Menurut Don Slater (1997) konsumsi adalah bagaimana manusia dan aktor sosial dengan kebutuhan yang dimilikinya berhubungan dengan sesuatu (dalam hal ini material, barang simbolik, jasa atau pengalaman) yang dapat menunjukkan mereka. Konsumsi mengacu kepada seluruh aktifitas sosial yang orang lakukan sehingga bisa dipakai untuk mencirikan dan mengenali mereka di samping apa yang mereka “lakukan” untuk hidup (Chaney, 2004). Dengan demikian, tindakan konsumsi tidak hanya dipahami sebagai makanan, minuman, sandang dan papan saja tetapi juga harus dipahami dalam berbagai fenomena dan kenyataan berikut: menggunakan waktu luang, mendengarkan radio, menonton televisi, bersolek atau berdandan, berwisata, menonton konser, melihat pertandingan olahraga, menonton randai, membeli komputer untuk mengetik tugas kuliah atau mencari informasi, mengendarai kendaraan, membangun rumah tempat tinggal dan lain sebagainya.

Dalam masyarakat konsumsi terdapat kecenderungan orang membeli barang bukan karena nilai kemanfaatannya melainkan karena gaya hidup (*life style*). Konsumsi dapat menentukan identitas seseorang, dalam buku Rutherford (1990) yang berjudul *Identity: Community, Culture, Difference* menyatakan bahwa identitas merupakan mata rantai masa lalu dengan hubungan-hubungan sosial, kultural dan ekonomi didalam ruang dan waktu suatu masyarakat hidup. Oleh karena itu identitas seseorang berkaitan dengan aspek sosial,

budaya, ekonomi dan politik dari kehidupan pada konteks ruang dan waktu.

Para penggemar membeli barang K-pop seperti album, lightstik dan barang lainnya menunjukkan kecintaan mereka terhadap idolnya dan saat menonton konser mereka menggunakan atribut dan membawa lightstik bukti bahwa mereka adalah seorang K-popers dan menunjukkan rasa cinta merak terhadap para grub idol. Dalam kalangan penggemar K-pop yang ada di pekanbaru konsumsi tidak menjadi tolak ukur status seseorang, walaupun didalam fanclub tersebut ada yang tidak memiliki barang K-pop yang official dan ada yang belum pernah menonton konser sama sekali mereka tetap memandangi semua status sama dan tetap memperlakukan teman sama rata.

### 2.3 Fansclub K-pop Pekanbaru

*Korean Wave* masuk ke Indonesia pada awal tahun 2000-an. Saat itu perhatian masyarakat Indonesia tertuju kepada Korea Selatan yang sedang mengadakan piala dunia tahun 2002. Selain itu salah satu stasiun televisi swasta Indonesia juga mulai menayangkan drama Korea yang banyak menarik perhatian masyarakat Indonesia, dari situlah awal mula Indonesia menyadari eksistensi Korea dan dunia hiburannya, hingga saat ini telah banyak judul drama yang ditayangkan di Indonesia.

Pada 10 februari 2012 telah resmi berdirinya komunitas K-popers Pekanbaru, yang mana terdiri dari 4 fandom atau fansclub yaitu *elf* (sebutan untuk fans super junior), *v.i.p* (sebutan untuk fans big bang), *some* (sebutan untuk fans girl

generation), *black jack* (sebutan untuk fans 2ne1). (Rena, 2017).

K-popers adalah Orang-orang yang menyukai sesuatu yang berbau K-pop. Mereka Mengagumi Idola Korea mereka, mereka sangat tergilagila dengan idola mereka. Penggemar dalam bahasa Inggris "fans" memiliki sifat fanatik. *Fansclub* ialah kelompok penggemar dan para K-Popers biasanya menyebutnya *Fandom*. *Fandom* ialah merupakan singkatan dari "*fans kingdom*" yang artinya kerajaan fans. Semua istilah ini memiliki makna yang sama yaitu penggemar yang mencintai, menyukai dan mendukung para idolnya.

Generasi yang berbakat dari menciptakan lagu dan produser telah banyak belajar tentang dunia musik global dan membawa perubahan.

1. Pengaruh Positif
  - a. Menjadi salah satu hiburan untuk refreshing.
  - b. Para penggemar menjadi lebih dewasa dan mandiri
  - c. Sebagai sarana pembelajaran budaya dan bahasa Korea.
  - d. Mempererat hubungan antara Korea dan Indonesia.
  - e. Para penggemar mendapatkan teman dan pengalaman baru.
2. Pengaruh Negatif
  - a. Malas belajar/prestasi menurun
  - b. Terpengaruh oleh budaya luar
  - c. Menghambur-hamburkan uang hanya untuk membeli album/media lainnya yang berhubungan dengan K-pop dan artis-artisnya.
  - d. Lupa bersosialisasi dengan lingkungan sekitarnya karena asik sendiri.
  - e. Lebih menyukai musik atau kebudayaan Korea dari pada budaya Indonesia.

- f. Para penggemar juga lebih sensitif terhadap pembahasan yang berhubungan dengan idolnya.

## METODE PENELITIAN

### 3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kota Pekanbaru pada anggota K-popers Kota Pekanbaru dari beberapa fandom atau fansclub yang ada di Kota Pekanbaru.

### 3.2 Subjek Penelitian

Subyek penelitian terdiri dari 9 orang yang dipilih *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* adalah teknik pengambilan data dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu, artinya yang dijadikan informan dalam penelitian ini adalah orang-orang yang dianggap lebih paham dan tau terkait data apa yang peneliti harapkan. Berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tersebut maka subjek dalam penelitian ini dengan kriteria sebagai berikut:

1. Merupakan anggota fansclub K-pop Pekanbaru
2. Lamanya menjadi penggemar K-pop minimal 3 tahun
3. Anggota yang telah menonton konser.

### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

- a. Observasi Partisipatif  
Observasi Partisipatif adalah metode pengumpulan data non verbal dimana peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Dalam penelitian ini penulis menghadiri acara *gathering*, *acara aniversari*

*fandom atau fansclub dan acara ulang tahun idol* untuk melihat identitas diri mereka saat berada didalam fansclub.

b. Wawancara

Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang sesuai dengan rumusan masalah peneliti kepada pihak-pihak yang bersangkutan. Wawancara yang dilakukan adalah wawancara mendalam (*in-dept interview*) agar mendapatkan data yang lengkap dan mendalam. Wawancara akan dilakukan kepada narasumber yang aktif dalam melakukan kegiatan sebagai penggemar K-Pop yang terlibat langsung dalam kegiatan fandom atau fansclub.

c. Data Kepustakaan

Data kepustakaan merupakan cara menelaah dan mengkaji bahan bacaan yang relevan dengan topik yang diteliti, antara lain dengan menggunakan buku, jurnal dan internet yang memuat berita informasi tentang topik yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini digunakan berbagai macam buku Sosiologi, data dari narasumber dan fansclub, serta sumber data dari internet yang sesuai dengan pembentukan identitas diri penggemar K-Pop.

### 3,4 Sumber Data

#### Data Primer

- a. Data Primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari keterangan narasumber melalui wawancara dan observasi. Wawancara dilakukan secara personal kepada narasumber.

Sedangkan dengan observasi yang langsung dilakukan penulis dengan mengikuti acara yang diselenggarakan fans club K-pop dipekanbaru seperti *gathring* dan mengikuti acara aniversari fandom atau acara ulang tahun para idol. Dengan menyaksikan secara langsung penulis dapat mengerti terhadap situasi yang terjadi didalam fandom dan bagaimana para penggemar bersikap saat berada didalamnya.

- b. Data Skunder, adalah data yang mendukung primer dan menggunakan sumber data yang diperoleh melalui studi kepustakaan,yaitu buku, jurnal dan dokumen resmi yang relevan dengan penulisan yang sedang dilakukan. Data skunder yang dipilih ialah data yang berkaitan dengan pembentukan identitas, interaksi dan K-Pop

## GAMBARAN UMUM

### 4.1 Perkembangan K-pop di Indonesia

K-pop adalah suatu gendre musik dari Korea Selatan. Menurut Kim Chang Nam, Profesor dari Departemen Media dan Komunikasi di Universitas Sungkongheo, istilah K-pop merupakan singkatan dari "*Korean Popular Musik*" atau musik populer Korea.

Dalam buku *All about K-pop* (Yulius,2013:11) diterangkan bahwa K-pop bukanlah genre musik yang sepenuhnya baru. K-pop sebenarnya berkembang sejak tahun 1920-an ketika jepang menjajah semenanjung Korea. Namun musik ini menjadi terkenal pada tahun 1990-an yang mana target untuk industri musik ini

adalah anak muda dengan membentuk *idol grub* dengan kehadiran grub *Seo Tai Ji* dan *The Boys* pada tahun 1992 dan dengan fenomena ini kemudian musik korea berlanjut sampai sekarang. Musik K-pop tidak hanya terbatas pada *gendre* pop saja, tetapi ada *ballad, rock, R&B, hip hop, soul* bahkan *electronic dance*. Dengan banyaknya pengaruh dari elemen asing dalam perkembangan K-pop ini banyak penyanyi Pop Korea yang telah menembus ke mancanegara, seperti *PSY, Super Junior, Big Bang, TVXQ, Wonder Girls, Girls Generation* pada saat itu dan saat ini semakin banyak penyanyi pop korea yang menembus kemancanegara dengan tour konser mereka seperti *EXO, BTS, Black Pink* dan lain-lainnya. K-pop dan *Korean Wave* merupakan hal yang memang tidak bisa dipisahkan.

Saat itu perhatian masyarakat Indonesia tertuju kepada Korea Selatan yang sedang mengadakan piala dunia tahun 2002. Selain itu salah satu stasiun televisi swasta Indonesia juga mulai menayangkan drama Korea, di samping drama, masuknya penyanyi Korea juga turut ambil bagian untuk memperkuat eksistensi *Korean Wave* di Indonesia, disinilah awal mulanya membuka peluang bagi *Korean Wave* atau *Hallyu* untuk masuk termasuk K-pop didalamnya.

Masyarakat Indonesia mulai lebih cenderung mendengarkan musik K-pop, membeli album musik K-pop, terlibat dalam komunitas K-pop dan meniru mode artis K-pop hingga mulai mempelajari budaya dan bahasa Korea.

Pada saat ini fashion, makanan, bahasa, drama dan musik Korea sudah banyak diterima oleh masyarakat Indonesia dan tidak asing

lagi di telinga masyarakat Indonesia dan dengan demikian banyak masyarakat khususnya anak muda dari berbagai negara termasuk Indonesia ingin berkunjung ke negri gingseng ini.

## 4.2 Karakteristik K-pop

### a. Promosi K-pop

Musik atau idol K-pop memiliki entertainment yang menaung dan bertanggung jawab atas mereka sampai masa kontrak mereka habis. Pada saat mereka masih peserta pelatihan dalam beberap tahun mereka selalu berlatih setelah lulus seleksi mereka akan di promosikan untuk debut.

Debut ialah memperkenalkan idol baru pada media dengan membawakan lagu atau album pertama mereka dan pada saat inilah masyarakat luas. setelah idol debut maka entertainment akan merilis album mereka dan akan mengadakan acara fansign yang mana acara ini para fans dapat bertemu dan berbicara secara langsung kepada para idol dengan syarat yang telah ditentukan oleh entertainmentnya.

Setelah idol terkenal dan untuk mempromosikan album mereka selanjutnya itu dinamai comeback yang mana comeback ini yaitu idol akan datang dan menampilkan album barunya di stasiun tv.

### b. Dance atau Tarian

Dance dan musik pop Korea adalah bagian yang tak bisa dipisahkan, saat boy band atau girl band bernyanyi diatas panggung mereka selalu memiliki tarian setiap lagu yang mereka bawakan dan tampil dengan sangat sinkron dan kompak. Para idol selalu latihan di ruang latihan, mereka selalu bekerja keras untuk menghasilkan hasil yang bagus dan untuk ditunjukkan kepada

para fans, guna untuk membanggakan para fansnya.

#### c. fashion

Maraknya mode fashion para idol K-pop telah menjadi tren yang banyak ditiru oleh para remaja, mode pakaian yang simpel, warna pakaian yang cerah, feminim dan kasual adalah mode berpakaian para idol dan fashion seperti ini banyak digemari oleh para remaja. Begitu juga dengan mode make up para idol saat pada saat di bandara, acara dan perpergian banyak diikuti oleh para remaja, mode make up yang natural, simpel tetapi terlihat sangat anggun dan cantik itu lah yang digemari para remaja pada saat ini.

#### d. Kelompok fans

K-pop mempunyai bentuk yang sedikit berbeda dari kelompok fans pada umumnya. Setiap fandom mereka memiliki nama fans yang berbeda-beda seperti EXO memiliki nama fansclub EXOL, BTS memiliki nama fans ARMY, SNSD memiliki nama fans SONE, Twice memiliki nama fans Once, MONSTAX memiliki nama fansclub MOONBEBE dan banyak lagi nama fansclub setiap fandomnya, nama dari fansclub setiap fandomnya berbeda-beda dan memiliki nama yang unik.

Penggemar K-pop sangat memiliki antusias yang sangat tinggi inilah faktor penggemar K-pop sering mendapat komentar karena mereka sangat peduli terhadap grup idolnya, karena bagi penggemar K-pop dengan cara mereka bersifat loyal dan menjaga grup idolnya bentuk dari terimakasih mereka karena grup idolnya telah menciptakan lagu yang bagus yang mana tak jarang dari para penggemar mendapatkan kebahagiaan dan

ketenangan dari lagu hasil karya mereka.

### 4.3 Pengaruh Keberadaan Fansclub K-pop di Indonesia.

Fanatisme tinggi terhadap K-pop ini dikatakan karena kehebohan fans idol Korea memang tidak bisa dipungkiri lagi, semangat mereka begitu luar biasa buktinya adalah para penggemar biasanya sudah memadati lokasi konser dari pagi ada juga dari tengah malam dengan jumlah fans yang hadir berkali kali lipat banyaknya. Pada saat konser mereka juga sangat antusias dengan suara mereka yang begitu keras terdengar dan banyak fans yang membeli merchandise yang menunjukkan representasi boy band idol mereka. Tak jarang fans Indonesia yang ke Korea untuk melihat barang-barang idol mereka yang dijual atau dipajang di museum dan mengunjungi tempat makan kesukaan para idol mereka dan ada juga dari beberapa mereka yang sudah bertemu dengan idol mereka berbicara dan meminta tanda tangan dalam suatu even seperti fanssaed.

K-pop ini identik dengan para boy band dan girl band kemudian produser musik Indonesia terinspirasi untuk membentuk boy band dan girl band yang memiliki konsep girl band dan boy band asal Korea seperti cherrybelle, seven ikon, SM\*SH dan lain-lain. Pada awalnya Indonesia hanya didominasi dengan band-band dan saat ini menjadi idol grup ketika terinspirasi dari idol grup Korea. Tidak hanya dalam musik saja tetapi acara Tv di Indonesia juga mulai terinspirasi dari acara show Korea seperti realityshow mission x seperti running man, super papa seperti the

return of superman, i can see your voice Indonesia pun terinspirasi dari i can see your voice Korea dan lain-lain.

Kesukaan para remaja atau kalangan muda ini dapat berpengaruh pada diri mereka, kehidupannya dan gaya hidup mereka juga akan terpengaruh dan dapat menurunkan minat para kalangan muda untuk menyukai musik yang ada di Indonesia dan menurunkan minat mereka menggunakan produk dalam negeri, dalam sudut pandang lainnya karena besarnya minat para penggemar mereka terdorong untuk mempelajari bahasa Inggris dan bahasa Korea dan juga minat belajar mereka terdorong dan selalu bekerja keras untuk apa yang ingin mereka capai.

#### 4.4 Pengaruh Keberadaan Fansclub

##### K-pop di Pekanbaru

Kota Pekanbaru juga terkenal imbas dari *Korean Wave*, contohnya seperti banyaknya sanggar dance cover di Pekanbaru yang sering mengikuti acara dance cover di acara-acara seperti di mall-mall yang mana peserta dance cover tersebut masih remaja atau masih sekolah ataupun kuliah.

Maraknya *shope* online di Pekanbaru yang menjual barang-barang K-pop dan setiap minggu mereka selalu membuka stand jualan di CFD, contohnya @cherrys.lab, @rules\_kshop, @koreashoppku dan banyak lagi. Banyaknya tempat-tempat makan Korea di Pekanbaru seperti *chir chir* di mall SKA, kantin mini cafe di Jl. Melur, *patbingsoo* di Jl. Soekarno dan *jjigae house* di Jl. Soekarno. Setiap tempat makanan Korea ini memiliki harga yang berbeda-beda.

Terbentuknya beberapa fandom dari beberapa grup idol yang mana anggota didalam fandom ini anak-anak remaja, para fandom K-pop ini juga sering mengadakan acara didalam fandomnya seperti birthday party idol dan anniversary. Selain adanya fandom atau fanclub dari setiap grup idolnya tetapi juga terdapat Komunitas K-popers Pekanbaru yang bertujuan sebagai tempat perkumpulan para K-popers Pekanbaru dari berbagai fandom. Pada 10 februari 2012 telah resmi berdirinya komunitas K-popers di Pekanbaru yang mana baru terdiri dari 4 fandom dan pada saat ini sudah ada 17 fandom di Pekanbaru.

#### Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari pembahasan mengenai Tradisi Bausung Pengantin di Kecamatan Tembilahan sebagai berikut :

1. Para penggemar K-pop lebih banyak menghabiskan waktu luang mereka dengan sendiri yaitu digunakan untuk memakai sosial media yang mana sosial media digunakan untuk mencari informasi atau mengupload atau mengupdate tentang K-pop kadang hingga lupa waktu.
2. Para penggemar lebih banyak menghabiskan uang untuk membeli barang-barang K-pop mulai dari barang yang berharga murah hingga yang mahal dan menggunakan uang mereka untuk mengikuti acara K-pop seperti gathering, menonton konser dan acara K-pop lainnya..
3. Para penggemar K-pop sering mengadakan acara baik dalam fansclub mereka atau pada acara di komunitas K-pop Pekanbaru. Mereka menunjukkan ide-ide

mereka pada saat acara-acara K-pop mulai dari demokrasi untuk acara fansclub dan membuat hal yang berbeda dengan atribut yang berbeda dari pada fansclub lain pada saat acara di komunitas K-pop Pekanbaru.

4. Para penggemar mengekspresikan diri mereka sebagai fansclub K-pop pada saat hari-hari biasa dengan menggunakan aksesoris yang berhubungan dengan grub idolnya dan pada saat acara-acara K-pop mereka membawa koleksi barang K-pop yang memungkinkan untuk dibawa sebagai properti acara dan juga penggunaan bahasa untuk sesama K-popers.
5. Para penggemar sering susah untuk menahan diri apa bila ada sesuatu yang berhubungan dengan idolnya baik itu berupa barang atau berita tentang idolnya terutama apa bila ada yang mengejek idolnya mereka akan marah sehingga mengakibatkan pertengkaran antara K-popers.
6. Mereka cukup baik dalam mengelola berita terutama saat idol terkena skandal, walaupun mereka kecewa tetapi mereka tetap mendukung idolnya dan juga mereka menyadari dampak dan manfaat menjadi K-popers.
7. Walaupun mereka lebih sering menghabiskan waktu bersama teman-teman K-popersnya tetapi mereka tetap memiliki banyak teman dari golongan non K-popers.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis merekomendasikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Ada baiknya bagi teman-teman yang non K-popers menghargai hobi teman-teman yang K-popers, jangan mengejek atau menghina hal yang mereka sukai agar kita terhindar dari perselisihan karena setiap orang memiliki hal yang mereka sukai dan hobi yang berbeda-beda.
2. Para penggemar K-pop sebaiknya mengurangi kegiatan yang terlalu loyal terhadap idolnya, seperti membeli album, marchandis dan tiket konser yang harganya terbilang cukup mahal karena dana tersebut bisa digunakan untuk kegiatan yang lebih bermanfaat lagi.
3. Bagi para penggemar diharapkan untuk terus berhubungan dengan para anggota fansclub sendiri ataupun fansclub lain agar tetap terjaga rasa persaudaraan atau solidaritasnya sebagai K-popers agar terhin dari fanswar.
4. Jangan selalu menghabiskan waktu dengan asik sendiri dalam penggunaan media sosial karena bersosialisasi dengan orang disekitar sangat penting dan dapat membagi waktu untuk dunia K-pop dan dunia nyata mereka.

### DAFTAR PUSTAKA

- Adlin, Alfathir. 2006. *Resistensi Gaya Hidup Teori dan Realistas*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Almitra, D.L (2013). *K-Pop dan Identitas Diri (Studi kasus pembentukan identitas diri dalam fandom dalam kalangan penggemar k-pop)*. Skripsi Fisip. Universitas Sebelas Maret.

- Bachtiar, Wardi. 2006. *Sosiologi Klasik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Damsar. 2011. *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Jakarta: Kencana Prenada Medika Group
- Damsar dan Indrayani. 2016. *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Farid, Samsul dan M. Iqbal Awaludin. 2014. *Saat-Saat Jelang Pra Ujian Nasional Sosiologi*. Bandung: PT. Srikandi Empat Widya Utama
- Hartomo, H dan Arnicun Aziz. 2011. *Ilmu sosial dasar*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Haryanto, Sindung. 2016. *Sosiologi Ekonomi*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media
- Jannah, M. (2014). *Gambaran Identitas Diri Remaja Akhir Wanita yang Memiliki Fanatisme K-Pop di Samarinda*. Jurnal Psikologi Fisip.
- Kusuma, N.N (2012). *Hubungan Celebrity Worship Terhadap Idol K-Pop (Korean Pop) Dengan Perilaku Imitasi Pada Remaja*. Universitas Brawijaya
- Moleong, Lexy J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muslich, Mansur. 2010, *Bahasa Indonesia pada era Globalisasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Narwoko, J.Dwi dan Bagong Suyanto. 2011. *Sosiologi teks pengantar dan terapan*. Jakarta: Pranada Media Grub
- Poloma, Margareta M. 2007. *Sosiologi Kontenporer*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada
- Putri, G.I (2016) *Fenomena Komunikasi Komunitas K-Popers Pekanbaru*. Jom Fisip Vol.3 No 1.
- Rena, E (2017) *Komunitas K-Popers Pekanbaru*. Jom FISIP Vol.4 No 2.
- Ritzer, George dan Douglas J. Goodma. 2004. *Teori Sosiologi Modern (edisi keenam)*. Jakarta: Fajar Interpretama Offset
- Soekanto, Soerjono dan Budi Sulistyowati. 2013. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Seoprpto, Riyadi. 2002. *INTERAKSIONISME SIMBOLIK*. Malang: Averroes Press
- Setiadi, Elly M dan Usman Kolip. 2011. *Pengantar Sosiologi*. Jakarta: Prenada Media Grup
- Soyomukti, Nurani. 2016. *Pengantar Sosiologi (dasar analisis, teori & pendekatan menuju analisis masalah-masalah sosial, perubahan sosial, & kajian strategis)*. Jogjakarta: Ar-ruzz Media.

- Sugiyono. 2017. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&B*. Bandung: ALFABETA
- Suyanto, Bagong dan Sutinah. 2005. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Prenada Media
- Suprobo, Danu. 2015. *Kosa Kata Percakapan Sehari-Hari Bahasa Korea*. Surabaya: Genta Group Production
- Wulansari, Dewi. 2009. *Sosiologi (konsep dan teori)*. Bandung: PT. Rafika Aditama
- Wisnuaji, awang, 2012. *Imitasi dan Identifikasi Dalam Komunikasi*. Kamis. 18 Oktober 2018
- Yuanisa, Lia. 2012 “*Fenomena Hallyu di Indonesia*”. Selasa. 09 Oktober 2018

**Sumber lain:**

- Abdurahman, Arif, 2017. Legenda dibalik penciptaan K-pop. Kamis, 07 Maret 2019
- Bagas, adi, 2011, *Pengertian dan Pengaruh dari K-Pop*. Kamis, 18 Oktober 2018
- Endah, nuraini, 2016. *Identitas Diri*. Kamis, 18 Oktober 2018
- Hariyanto. 2010. *Pengertian Remaja Menurut Para Ahli*. Selasa, 09 Oktober 2018
- Liuan, 2012. *Fenomena Hallyu di Indonesia*. Selasa, 09 Oktober 2018
- Pratiwi, Yuni. 2015. Budaya K-pop. Rabu. 06 Februari 2019. 01:50
- Sudrajat, Fitriani. 2018. Idol generasi pertama, 5 boygrup K-pop ini paling populer di Era 90-an. Kamis. 07 Maret 2019
- Risiwon, Teukia. 2013. All about K-pop. Rabu. 06 Februari 2019. 01:29