

# FENOMENA KOMUNIKASI KOMUNITAS K-POPERS PEKANBARU

**Gradini Iradati Putri**

E-mail: [gradiniputri@gmail.com](mailto:gradiniputri@gmail.com)

**Pembimbing** : Dr. Welly Wirman, M.Si

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya Jl. H.R. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293-

Telp/Fax. 0761-63277

## ABSTRAK

Komunitas *Kpopers* menjadi sebuah fenomena tersendiri bagi anak muda di tengah kehidupan bermasyarakat, karena gaya hidup unik yang dimiliki membuat komunitas ini eksis dan dikenal di Kota Pekanbaru. Beberapa cara yang dilakukan komunitas ini untuk mengeksistensikan dirinya yaitu dengan meniru cara berpakaian serta mengcover gerakan *dance boygrup* dan *girlband* idolanya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif anggota untuk bergabung kedalam komunitas *Kpopers* di Pekanbaru, pemaknaan *Korean Pop(Kpop)* bagi anggota komunitas *Kpopers* Pekanbaru dan pengalaman komunikasi anggota komunitas *Kpopers* di Pekanbaru.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan secara fenomenologi. Informan penelitian terdiri dari 5 orang yang merupakan anggota Komunitas *Kpopers* Pekanbaru yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi partisipan, wawancara mendalam dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data penelitian fenomenologi menurut Creswell, dengan menggunakan teknik ketekunan pengamatan dan perpanjangan keikutsertaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motif yang dimiliki anggota untuk ikut bergabung kedalam komunitas *Kpopers* Pekanbaru yaitu motif masa lalu (*because motive*) berupa hobi menari yang sudah ada dalam diri anggota komunitas dan adanya ajakan teman untuk bergabung kedalam komunitas itu sendiri, motif masa datang (*in order to motives*) anggota komunitas *Kpopers* Pekanbaru sebagai media untuk lebih dikenal oleh orang banyak dan juga merupakan sarana untuk belajar tentang bahasa serta memajukan diri sendiri dan juga agar orang-orang tidak memandang sebelah mata kepada mereka. Pemaknaan *kpop* bagi anggota komunitas *Kpopers* Pekanbaru meliputi dua hal yaitu sebagai sebuah media ekspresi diri yang positif dan juga menjadi sebuah media untuk menyehatkan jasmani anggota komunitas. Pengalaman komunikasi anggota komunitas *Kpopers* Pekanbaru yaitu pengalaman komunikasi menyenangkan (*positif*) berupa penerimaan dan dukungan dari keluarga, menambah pertemanan, menambah relasi, dan mendapatkan popularitas. Kedua, Pengalaman komunikasi tidak menyenangkan (*negatif*) yang dirasakan anggota komunitas *Kpopers* Pekanbaru adalah dipandang sebelah mata oleh orang-orang, dibilang lebay dan juga bagi cowok sering dibilang banci.

**Kata Kunci:** Fenomena, Komunikasi, Komunitas, K-popers, Budaya Populer

## **THE PHENOMENON OF COMMUNICATION COMMUNITY KPOPERS IN PEKANBARU**

**Gradini Iradati Putri**

*E-mail: [gradiniputri@gmail.com](mailto:gradiniputri@gmail.com)*

**Counselor:** Dr. Welly Wirman, M.Si

Major of Communication Science Faculty of Social Political Science  
University of Riau

Campus Bina Widya Jl. H.R. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293-  
Telp/Fax. 0761-63277

### **ABSTRACT**

*Community of Kpopers become a separate phenomenon for youngster in the middle of society, because of have an uniqueness of life style make this community exist and recognized in Pekanbaru. Some ways do community to communicate the existence of self through by imitating the way they dress and cover boygrup dance moves and his idol girl group. This puprpose of this research was determining the motive members to join the community of Kpopers in Pekanbaru, meaning Korean Pop (K-Pop) for community members Kpopers Pekanbaru and communication experience Kpopers community members in Pekanbaru.*

*This research used qualitative method by phenomenological approach. The informan of research is 5 who represent community member of Kpopers Pekanbaru who selected by purposive technique. Data collection techniques such as participant observation, in-depth interview, and documentation. This research used data's analysis technique of phenomenological research according to Creswell by using the technique of persistence observation and extension of participation.*

*The result of research showed that two kinds motives of community member to join into the community Kpopers Pekanbaru such as because motives form of a hobby dancing that already exist within the community members and the invitation of friends to join the community itself and in order to motives form of a medium to be known by many people and is also a means to learn about the language and promote themselves and also so that people do not underestimated them. The Korean Pop (Kpop) meaning for Kpopers Pekanbaru community members such as kpop as a medium of selfexpression that is positive and also become a medium for healthy physical community members. Communication experience that community members Kpopers Pekanbaru pleasant communication experience (positive) in the form of acceptance and support from family, add friendship, relations, and get popularity. Second, Negative experience perceived community members Kpopers Pekanbaru such as an underestimated by people and often called "lebay" and also for guys often considered effeminate.*

**Keyword: Phenomenon, Communication, Community, K-popers, Trend Culture**

## PENDAHULUAN

Kuatnya pengaruh *Korean Wave* di Indonesia bisa dilihat dengan menjamurnya Kelompok-kelompok K-Popers di Indonesia. Seperti komunitas Cassiopea Indonesia. Cassiopea Indonesia memiliki anggota resmi sebanyak 200 orang, 9 ribu followers di Twitter @Cassiopeia\_INA, 4 ribu likers di fanpage Cassiopeia Indonesia Family, dan seribu anggota di grup Cassiopeia Indonesia. Juga fansite Super Junior for ElfIndo yang memiliki 300 ribu likers di fanpage, 130 ribu followers di Twitter @SujuFor\_ELFIndo. Juga terdapat beberapa situs berita selebriti Korea berbahasa Indonesia, seperti koreanindo.net, yeppopo.wordpress.com, asianfansclub.net, dan kpopchart.net.

Tidak hanya di pulau Jawa saja *Korean Wave* menyebar pesat, pulau diluar Jawa pun sudah banyak komunitas yang bertemakan *Korean Lovers* ini. Salah satunya yaitu di kota Pekanbaru. Di Pekanbaru sendiri banyak terdapat komunitas penyuka korea ini. Sebagai kota yang memiliki perkembangan cukup pesat di Sumatera, tentunya segala media informasi dan komunikasi telah berperan dengan baik sebagai media penyebaran berbagai budaya luar di Pekanbaru. Hal ini jugalah yang menjadi faktor masuknya *Korean Wave* di Pekanbaru.

Bermunculannya beberapa komunitas *K-Popers* adalah salah satu tanda telah merembaknya *Korean Wave* di Pekanbaru. Beberapa komunitas tersebut antara lain, KPopers Pekanbaru, ST.AL.KER, ELF Pekanbaru, KoreanPekanbaru, dan lain-lain. Salah satu komunitas yang aktif sampai saat ini mengadakan berbagai kegiatan dan memiliki anggota yang cukup banyak yaitu komunitas KPopers Pekanbaru.

Komunitas KPopers Pekanbaru merupakan sebuah komunitas perkumpulan para pecinta musik *KPop* di wilayah Pekanbaru. Komunitas yang resmi didirikan

pada 10 februari 2012 ini terdiri dari berbagai *fandom*, misalnya ELF (sebutan untuk fans Super Junior), Shawol (sebutan untuk fans SHINee), EXO-L (sebutan untuk fans EXO), SONE (sebutan untuk fans Girls Generation), Inspirit (sebutan untuk fans Infinite), V.I.P (sebutan untuk fans Big Bang), Black Jack (sebutan untuk fans 2NE1), dan lain sebagainya.

Rasa fanatik mereka akan *Kpop* dapat terlihat dari semakin aktifnya mereka menggunakan internet karena internet salah satu akses mereka untuk mengetahui perkembangannya. Lalu banyak diantara mereka yang menyisihkan uang jajannya hanya untuk membeli sebuah album original *Idol* yang mereka senangi walaupun harganya bisa dibilang cukup mahal, sehingga hal ini dimanfaatkan oleh banyak orang dengan membuka *Online shop* (toko yang berbasis internet) untuk mempermudah *Kpop Lovers* membelinya. Terkadang tak hanya album tapi juga pernak – pernik seperti kaos, gelang, kalung, gantungan handphone dan lainnya.

Mereka tidak hanya melakukan kegiatan berkumpul biasa, mereka juga terkadang mengadakan *gathering* dan didalamnya mereka membuat perlombaan menyanyi (*sing cover*) dan menari (*dance cover*). Tetapi yang paling menarik di komunitas ini adalah *dance covernya*, *dance cover* adalah group yang menarikan gerakan tarian dari idola mereka dalam hal ini adalah boyband dan girlband dari korea. *dance cover* yang biasanya sering diundang dalam acara mereka berasal dari anggota komunitas itu sendiri, *dance cover* mereka disebut dengan FBK entertainment, kebanyakan dari mereka berada dalam naungan manajemen komunitas itu sendiri. Mereka menggunakan manajemen agar mirip seperti *boyband* dan *girlband* Korea, mereka bahkan merasa sebagai artis yang juga mempunyai waktu untuk tampil dimuka umum serta mengikuti berbagai perlombaan.

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti, peneliti merasa tertarik untuk meneliti anggota komunitas *Kpopers* yang dilakukan oleh kebanyakan anggotanya adalah remaja Pekanbaru. Peneliti memilih anggota *Kpopers Pekanbaru* sebagai subjek penelitian karena berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti, dari tujuh komunitas *Kpopers* yang ada di Pekanbaru, hanya komunitas *Kpopers Pekanbaru* yang masih aktif dalam melaksanakan berbagai kegiatan adalah komunitas *Kpopers Pekanbaru*, komunitas yang lain ada melakukan kegiatan tapi tidak sesering komunitas *Kpopers Pekanbaru* ini.

Dari pemaparan di atas, penulis tertarik melakukan penelitian mengenai “Fenomena Komunikasi Komunitas *K-popers* Di Pekanbaru”.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Teori Fenomenologi Alfred Schutz

Fenomenologi berasal dari bahasa Yunani, ‘*phainomenon*’ yaitu “yang nampak”. Fenomenologi pertama kali dicetuskan oleh Edmund Husserl. Fenomenologi dikenal sebagai aliran filsafat sekaligus metode berpikir yang mempelajari fenomena manusiawi tanpa mempertanyakan penyebab dari fenomena tersebut serta realitas objektif dan penampakannya.

Tujuan utama fenomenologi ialah mempelajari bagaimana fenomena dialami alam kesadaran, pikiran dan dalam tindakan, seperti bagaimana fenomena tersebut bernilai atau diterima secara estetis. Fenomenologi mencoba mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksi makna dan konsep-konsep penting, dalam kerangka intersubjektivitas (Kuswarno, 2009:2).

Pendekatan fenomenologi merupakan tradisi penelitian kualitatif yang

berakar pada filosofi dan psikologi, dan berfokus pada internal dan pengalaman sadar seseorang. Pendekatan fenomenologis untuk mempelajari kepribadian dipusatkan pada pengalaman individual – pandangannya pribadi terhadap dunia (Atkinson, dkk, 2011: 57). Pendekatan fenomenologi menggunakan pola pikir subjektivisme yang tidak hanya memandang masalah dari suatu gejala yang tampak, akan tetapi berusaha menggali makna di balik setiap gejala itu (Kuswarno, 2009:7).

Inti pemikiran Schutz adalah bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Dimana, tindakan sosial merupakan tindakan yang berorientasi pada perilaku orang atau orang lain pada masa lalu, sekarang dan akan datang. Proses penafsiran dapat digunakan untuk memperjelas atau memeriksa makna yang sesungguhnya, sehingga dapat memberikan konsep kepekaan yang implisit. Dengan kata lain, mendasarkan tindakan sosial pada pengalaman, makna, dan kesadaran. Manusia mengkonstruksi makna di luar arus utama pengalaman melalui proses “tipikasi”. Hubungan antara makna pun diorganisasi melalui proses ini, atau biasa disebut *stock of knowledge*. (Kuswarno, 2009:18).

Untuk menggambarkan keseluruhan tindakan seseorang, Schutz mengelompokkannya dalam dua fase, yaitu:

- a) *In-order-to-motive (Um-zu-Motiv)*, yaitu motif yang merujuk pada tindakan di masa yang akan datang. Dimana, tindakan yang dilakukan oleh seseorang pasti memiliki tujuan yang telah ditetapkan.
- b) *Because motives (Weil Motiv)*, yaitu tindakan yang merujuk pada masa lalu. Dimana, tindakan yang dilakukan oleh seseorang pasti memiliki alasan dari masa lalu ketika ia melakukannya.

## **Teori Interaksi Simbolik George Herbert Mead**

Teori interaksi simbolik didasarkan pada ide-ide mengenai diri dan hubungannya dengan masyarakat. Orang tergerak untuk bertindak berdasarkan makna yang diberikannya pada orang, benda, dan peristiwa. Makna-makna ini diciptakan dalam bahasa, yang digunakan orang baik untuk berkomunikasi dengan orang lain maupun dengan dirinya sendiri, atau pikiran pribadinya. Bahasa memungkinkan orang untuk mengembangkan perasaan mengenai diri dan untuk berinteraksi dengan orang lainnya dalam sebuah komunitas (West-Turner, 2009: 98).

Sehingga, interaksi simbolik berasumsi bahwa manusia dapat mengerti berbagai hal dengan belajar dari pengalaman. Persepsi seseorang selalu diterjemahkan dalam simbol-simbol. Sebuah makna dipelajari melalui interaksi di antara orang-orang, makna tersebut muncul karena adanya pertukaran simbol-simbol dalam kelompok sosial. (Kuswarno, 2009:114).

Dalam konteks komunikasi interpersonal, interaksi simbolik menjelaskan bahwa pikiran terdiri dari sebuah percakapan internal yang merefleksikan interaksi yang telah terjadi antara seseorang dengan orang lain. Selain itu, seseorang akan menjadi manusiawi hanya melalui interaksi dengan sesamanya. Interaksi yang terjadi antara manusia akan membentuk masyarakat. Manusia secara aktif membentuk perilakunya sendiri. Studi tentang perilaku manusia berdasarkan perspektif interaksi simbolik membutuhkan pemahaman tentang tindakan tersembunyi manusia itu, bukan sekedar tindakan luar yang terlihat (Kuswarno, 2009:114).

Teori interaksi simbolik adalah hubungan antara simbol dan interaksi. Menurut Mead, orang bertindak berdasarkan

makna simbolik yang muncul dalam sebuah situasi tertentu. Sedangkan simbol adalah representasi dari sebuah fenomena, dimana simbol sebelumnya sudah disepakati bersama dalam sebuah kelompok dan digunakan untuk mencapai sebuah kesamaan makna bersama.

## **Komunikasi Interpersonal**

Komunikasi Interpersonal adalah kegiatan komunikasi yang dilakukan secara langsung antara seseorang dengan orang lainnya. Misalnya percakapan tatap muka, korespondensi, percakapan melalui telepon, dan sebagainya. Pentingnya situasi komunikasi interpersonal ialah karena prosesnya memungkinkan berlangsung secara dialogis. Komunikasi yang berlangsung secara dialogis selalu lebih baik daripada secara monologis. Monolog menunjukkan suatu bentuk komunikasi dimana seorang bicara yang lain mendengarkan, jadi tidak ada interaksi. Yang aktif hanya komunikatornya saja, sedangkan komunikan bersifat pasif (Devito, 2011; 252).

Dibandingkan dengan bentuk komunikasi lainnya, komunikasi interpersonal dinilai paling ampuh dalam kegiatan mengubah sikap, kepercayaan, opini, dan perilaku komunikan. Alasannya yaitu komunikasi interpersonal umumnya berlangsung secara tatap muka (*face to face*). Komunikator dan komunikan saling bertatap muka, maka terjadilah kontak pribadi (*personal contact*) yang menimbulkan keterbukaan antara komunikan dan komunikator (Effendy, 2005:62).

## **Budaya Populer**

Secara umum, budaya populer atau sering disingkat budaya pop merupakan budaya yang ringan, menyenangkan, trendi, banyak disukai dan cepat berganti. Dalam pandangan John Fiske (1989), agar menjadi

budaya populer, sebuah komoditas haruslah dapat melahirkan ketertarikan pada banyak orang karena budaya pop bukan sekedar barang konsumsi, melainkan sebuah budaya (<http://scribd.com>)

Hollyday, dkk (2004) mengemukakan empat karakteristik budaya populer (<http://scribd.com>), antara lain:

- a. Diproduksi oleh industri budaya
- b. Cenderung berlawanan dengan *folk culture* (warisan budaya tradisional yang sifatnya berorientasi ritual dan non komersial)
- c. Keberadaannya diterima di mana-mana
- d. Memenuhi fungsi sosial

Budaya populer ini berperan besar dalam mempengaruhi pemikiran seseorang dalam memahami orang atau kelompok lain karena budaya pop merupakan budaya yang dapat diterima oleh semua kalangan.

Dilihat dari sejarahnya, kehadiran budaya pop tidak dapat dilepaskan dari perkembangan pembangunan pada abad ke-19 dan abad ke-20. Pada abad ke-19 pembangunan aspek media massa, khususnya surat kabar dan novel menjadikan masyarakat dari suatu negara dapat mengakses *trend culture* dari negara lain tanpa ada jarak. Memasuki abad ke-20, penemuan radio, televisi, dan komputer juga turut berperan dalam penyebaran *trend culture* dari satu negara ke negara lain.

Williams (1983) mendefinisikan kata "populer" menjadi empat pengertian yaitu:

- (1) banyak disukai orang
- (2) jenis kerja rendah
- (3) karya yang dilakukan untuk menyenangkan orang
- (4) budaya yang memang dibuat oleh orang untuk dirinya sendiri.

Sedangkan pengertian budaya populer dijabarkan dalam berbagai definisi.

Budaya pop oleh Antonio Gramsci (1971) dikaitkan dengan konsep hegemoninya, mengacu pada cara kelompok dominan dalam suatu masyarakat mendapatkan dukungan dari kelompok subordinasi melalui proses kepemimpinan, intelektual, dan moral. Budaya pop adalah "budaya massa", budaya yang diproduksi massa untuk konsumsi massa. Untuk itulah, ada relevansi antara *popular culture* dengan *commercial culture* (kebudayaan komersial). Budaya yang dibutuhkan sifatnya massal (*common people*), tentu diproduksi berlandaskan keinginan pasar (komersial). Kebudayaan pop hanya akan terjadi manakala keinginan pasar menjadi perhatian sentral. (<http://scribd.com>)

Kebudayaan pop dipandang sebagai makna dan praktik yang dihasilkan oleh audiens pop pada saat konsumsi dan studi tentang kebudayaan pop terpusat pada bagaimana dia digunakan. Argumen-argumen ini menunjukkan adanya pergulatan pertanyaan tradisional tentang bagaimana industry kebudayaan memalingkan orang pada komoditas yang mengabdikan kepada kepentingannya (dalam Chris Barker, 2004)

Menurut Ben Agger pemikiran tentang budaya populer dapat dikelompokkan menjadi yaitu:

1. Budaya dibangun berdasarkan kesenangan namun tidak substansial dan mengentaskan orang dari kejenuhan kerja sepanjang hari.
2. Kebudayaan populer menghancurkan kebudayaan tradisional.
3. Kebudayaan menjadi masalah besar dalam pandangan ekonomi kapitalis marx.
4. Kebudayaan populer merupakan budaya yang

menetes dari atas (bungin, 2009:100).

### **Pengalaman Komunikasi**

Suatu peristiwa yang mengandung unsur komunikasi akan menjadi pengalaman komunikasi tersendiri bagi individu, dan pengalaman komunikasi yang dianggap penting akan menjadi pengalaman yang paling diingat dan memiliki dampak khusus bagi individu tersebut (Hafiar dalam Wirman, 2012: 53). Pengalaman yang dijadikan landasan bagi individu untuk melakukan tindakan, adalah pengalaman yang melekat pada suatu fenomena. Hal ini ditegaskan oleh pernyataan yang menyebutkan, bahwa *people is retrieving a memory of a prior experience of phenomena* (Radford dalam Wirman, 2012: 53).

Pengalaman atas fenomena yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pengalaman atas fenomena komunikasi. Komunikasi dapat didefinisikan sebagai “*a systemic process in which individual interact with and through symbols to create and interpret meanings*” (Wood dalam Wirman, 2012: 53). Artinya komunikasi merujuk pada suatu proses yang bersifat sistemik diantara individu yang berinteraksi melalui simbol tertentu untuk menghasilkan dan menginterpretasikan makna.

Pengalaman komunikasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sesuatu yang dialami individu dan berkaitan dengan aspek komunikasi, meliputi proses, simbol maupun makna yang dihasilkan, serta dorongannya pada tindakan. Dengan demikian pengalaman komunikasi anggota komunitas Kpopers Pekanbaru yang menjadi salah satu fokus dalam penelitian ini.

Selanjutnya pengalaman akan dikategorisasi oleh individu melalui karakteristik pengalaman tersebut berdasarkan pemaknaan yang diperolehnya,

hal ini merujuk *pada every experiencing has its reference of direction toward what is experienced, every experienced phenomenon refers to or reflects a mode of experiencing to which it is present* (Moustakas dalam Wirman, 2012: 54). Artinya pengalaman merujuk pada sesuatu yang dialami dan fenomena yang dialami akan diklasifikasikan menjadi pengalaman tertentu. Pernyataan tersebut memberi gambaran bahwa setiap pengalaman memiliki karakteristik yang berbeda, meliputi tekstur dan struktur yang ada dalam tiap-tiap pengalaman. Pengalaman komunikasi yang dimiliki anggota komunitas Kpopers Pekanbaru akan dikategorisasi menjadi jenis-jenis pengalaman tertentu yang meliputi pengalaman komunikasi menyenangkan dan pengalaman komunikasi tidak menyenangkan.

Dalam perspektif fenomenologi klasik, upaya untuk mendeskripsikan tipe-tipe pengalaman di masa lampau. Husserl dan Merleau Ponty menamakannya sebagai pure description of lived atau deskripsi murni dari pengalaman hidup (Kuswarno dalam Wirman, 2012: 55). Heidegger menamakannya sebagai hermeneutic yaitu menginterpretasikan tipe-tipe pengalaman dengan menghubungkannya dengan aspek-aspek istimewa dari konteks yang melatarbelakanginya.

Penjelasan mengenai pengalaman komunikasi yang menyenangkan dan tidak menyenangkan dapat diawali dengan pernyataan, komunikasi memiliki dimensi isi dan dimensi hubungan (Mulyana dalam Wirman, 2012: 55). Hal ini berarti pengalaman komunikasi yang menyenangkan (*positif*) dapat ditinjau, antara lain melalui suatu hubungan yang menunjukkan adanya kehangatan sikap, penerimaan dan perhatian satu sama lain. Sedangkan pengalaman komunikasi yang

tidak menyenangkan (*negatif*) berarti sebaliknya.

## **Motif**

Motif menunjuk hubungan sistematis antara respon atau suatu himpunan respon dengan keadaan dorongan tertentu (Ahmadi, 2009:191). Motif-motif manusia dapat bekerja secara sadar dan juga tidak sadar bagi diri manusia. Untuk dapat mengerti dan memahami dan mengerti terlebih dahulu apa dan bagaimanakah motif berlawanan dengan perilaku yang tampak (Ahmadi, 2009:196-197).

Motif manusia merupakan dorongan, keinginan, hasra dan tenaga penggerak lainnya yang berasal dari dalam dirinya, untuk melakukan sesuatu. Semua tingkah laku manusia pada hakikatnya memiliki motif. Motif timbul karena adanya kebutuhan atau *need*. Kebutuhan dapat dipandang sebagai kekurangan adanya sesuatu, dan ini membuat segera pemenuhannya agar segera mendapatkan keseimbangan. Situasi kekurangan ini berfungsi sebagai suatu kekuatan atau dorongan alasan, yang menyebabkan seseorang bertindak untuk memenuhi kebutuhan (Ahmadi, 2009:196). Secara ringkas, motif adalah sesuatu dorongan yang ada pada diri individu yang menggerakkan atau membangkitkan sehingga individu itu berbuat sesuatu (Ahmadi, 2009:197).

## **Makna**

Makna sebagai konsep komunikasi mencakup lebih daripada sekedar penafsiran atau pemahaman seorang individu saja. Makna selalu mencakup banyak pemahaman, aspek-aspek pemahaman yang secara bersama dimiliki para komunikator. Makna merupakan atribut yang bukan saja dari bahasa, tetapi juga dari segenap sistem tanda dan lambang (Sobur, 2006:150).

Wendell Johnson menjelaskan pandangan lain mengenai konsep makna dalam model proses makna dengan menawarkan sejumlah implikasi bagi komunikasi antar manusia (Mulyana, 2007 : 282), antara lain:

- a. Makna ada dalam diri manusia. Segala sesuatu yang ada dalam diri manusia merupakan makna. Terkadang manusia menggunakan kata-kata untuk menyampaikan makna, terkadang pula kata-kata tersebut tidak cukup sempurna untuk menyampaikan makna.
- b. Makna berubah. Makna dari kata-kata dapat saja berubah sesuai dengan dimensi emosional.
- c. Makna membutuhkan acuan. Segala sesuatu yang memiliki makna pasti memiliki acuan mengapa kata tersebut memiliki makna. Misalnya saja acuan tersebut berasal dari lingkungan sekitar.
- d. Penyingkatan yang berlebihan akan mengungkap makna. Poin ini berhubungan dengan makna membutuhkan acuan. Makna tidak bisa dibagikan dengan lawan bicara apabila tidak mengaitkannya dengan sesuatu yang spesifik.
- e. Makna tidak terbatas jumlahnya. Pada suatu saat tertentu, jumlah kata dalam suatu bahasa mungkin saja terbatas, namun makna yang dimunculkan tidak terbatas jumlahnya. Komunikasi akan gagal apabila sebuah kata diartikan secara berbeda oleh dua orang yang saling berkomunikasi.

## **Komunitas Kpopers Pekanbaru**

Komunitas atau *Community* dapat diterjemahkan sebagai “masyarakat setempat” yang menunjuk pada warga sebuah desa, kota, suku, atau bangsa (Soekanto, 2010:132).

Ralp Linton (Soekanto, 2003:24) menyatakan bahwa masyarakat merupakan sekelompok manusia yang telah hidup dan

bekerja sama cukup lama, sehingga mereka dapat mengatur diri mereka dan menganggap diri mereka sebagai suatu kesatuan sosial dengan batas-batas yang dirumuskan dengan jelas. Selo Soemardjan (Soekanto, 2003:24) menyatakan masyarakat adalah orang-orang yang hidup bersama, yang menghasilkan kebudayaan (Bungin, 2009:29).

Di Pekanbaru awalnya terdapat 7 komunitas *K-pop*, yaitu ELF Pku City, ST.ALK.ER, ELF Pekanbaru, KPopers Pekanbaru, RunningMan Pekanbaru, *K-pop* Pekanbaru dan Community *K-pop* Pekanbaru. Tetapi hingga saat ini yang aktif melakukan kegiatan berkumpul yaitu *K-Popers* Pekanbaru.

Komunitas *K-popers* Pekanbaru sudah berdiri sejak hampir 3 tahun yang lalu yaitu tepatnya pada tanggal 9 februari 2012. Awalnya Kpopers Pekanbaru terbentuk melalui tiga sekawan yaitu Icha, Suri, Puput yang sama sama menyukai *Kpop*. Mereka ini lalu membuka sebuah halaman grup facebook dan twitter yang dinamakan Kpopers Pekanbaru, seiring berjalannya waktu, anggota Kpopers Pekanbaru ini makin bertambah dan sekarang ada lebih kurang 200 member yang tergabung didalam grup itu. Kegiatan mereka tidak hanya sekedar ngumpul-ngumpul biasa, tetapi mereka sempat juga beberapa kali membuat acara yang bertemakan sosial, seperti penggalangan dana untuk korban bencana alam dan juga mengumpulkan baju – baju bekas untuk diberikan kepada anak-anak yatim piatu di panti asuhan yang ada di kota Pekanbaru.

Dalam Komunitas ini terdapat juga grup *dance cover* yang diberi nama FBK Entertainment. FBK Entertainment terbentuk 1 tahun setelah komunitas Kpopers Pekanbaru terbentuk atas permintaan anggota komunitas pada mei tahun 2013 karena

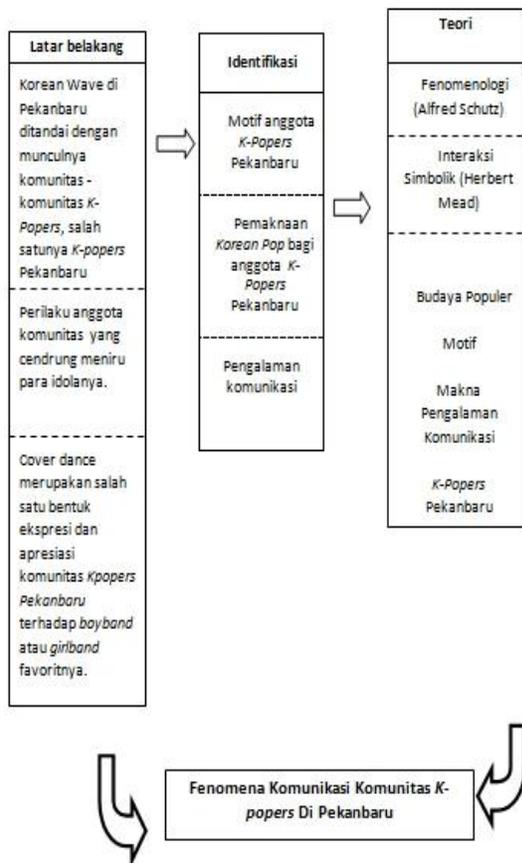
didalam komunitas Kpopers Pekanbaru banyak dari anggota yang suka menari.

### **Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran adalah suatu model konseptual tentang bagaimana hubungan teori dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah riset (Umar, 2002:208).

Penelitian ini mengacu pada teori fenomenologi Alfred Schutz. Inti pemikiran Schutz adalah bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Dimana, tindakan sosial merupakan tindakan yang berorientasi pada perilaku orang atau orang lain pada masa lalu, sekarang dan akan datang. Proses penafsiran dapat digunakan untuk memperjelas atau memeriksa makna yang sesungguhnya, sehingga dapat memberikan konsep kepekaan yang implisit. Dengan kata lain, mendasarkan tindakan sosial pada pengalaman, makna, dan kesadaran.

Untuk mendasari penelitian ini agar lebih terarah dalam penulisannya, maka penulis merasa perlu untuk mengemukakan pokok persoalan yang menjadi fokus penelitian penulis. Penulis merancang sebuah kerangka pemikiran yang nantinya akan menjadi panutan dan penunjuk dalam melaksanakan penelitian ini. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Bagan kerangka pemikiran

Sumber: Olahan Peneliti

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi yang mencari pemahaman mendalam, serta berusaha memahami arti peristiwa dan kaitan-kaitannya terhadap orang-orang yang berada dalam situasi-situasi tertentu. Inkuiri fenomenologi dimulai dengan diam yang merupakan tindakan untuk menangkap pengertian sesuatu yang sedang diteliti. Sehingga, studi dengan pendekatan fenomenologi berupaya untuk menjelaskan makna pengalaman hidup sejumlah orang tentang suatu konsep atau gejala.

### Lokasi Penelitian

Lokasi yang dijadikan sebagai wilayah penelitian ini adalah di Taman Budaya Kota Pekanbaru di Jalan Jendral Sudirman dan di Sekolah Lentera Alam di Jalan Jendral Sudirman. Alasan memilih lokasi ini adalah karena didaerah tersebut dijadikan sebagai tempat berkumpul anggota K-Popers Pekanbaru.

### Subjek dan Objek Penelitian

Moleong (2010: 132) mendeskripsikan subjek penelitian sebagai informan, yang artinya orang pada latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian

Pada penelitian ini yang menjadi *informan* adalah anggota komunitas Kpopers Pekanbaru. Penulis memilih komunitas Kpopers Pekanbaru sebagai informan karena telah memenuhi kriteria yang dibutuhkan untuk menjadi informan yang sesuai dengan pemilihan *informan* dalam penelitian ini. Anggota komunitas Kpopers Pekanbaru yang menjadi *informan* penelitian berjumlah 5 orang.

Pengambilan subjek didasarkan pada metode *purposive*, dimana subjek pengambilan elemen-elemen yang dimasukkan dalam informan dilakukan dengan sengaja, dengan catatan bahwa informan berdasarkan pada karakteristik tertentu yang dianggap mempunyai sangkut pautnya dengan karakteristik subjek yang sudah diketahui sebelumnya (Ruslan, 2010:157).

Dalam menentukan subjek penelitian, peneliti menentukan kriteria – kriteria sebagai berikut :

- 1) Aktif dalam kegiatan KPopers Pekanbaru, baik *Gathering*, lomba, dan pertemuan-pertemuan.

- 2) Merupakan ketua atau pencetus berdirinya komunitas *Kpopers*
- 3) Merupakan Anggota kelompok komunitas *Kpopers* yang sudah mengikuti komunitas minimal 1 tahun dan masih aktif hingga saat ini.

Objek penelitian adalah segala sesuatu permasalahan yang hendak diteliti (Alwasiah, 2002: 115). Objek dalam penelitian ini adalah makna dan motif serta pengalaman komunikasi anggota komunitas *Kpopers* Pekanbaru.

### **Jenis dan Sumber Data Penelitian**

Data primer dalam penelitian ini adalah berupa penjelasan langsung dari *informan*. Bentuk data adalah hasil wawancara, observasi dan dokumentasi. Dalam penelitian ini, maka data sekunder berasal dari referensi buku, internet, dan data-data pendukung yang ada.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Adapun teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi Partisipan
2. Wawancara Mendalam
3. Dokumentasi

### **Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data pada studi fenomenologi yang bertujuan untuk mengungkap dan menjelaskan makna konsep atau fenomena pengalaman berdasarkan kesadaran pada beberapa individu.

### **Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data**

Dalam penelitian kualitatif, objektivitas dan keabsahan data penelitian dilakukan dengan melihat reliabilitas dan validitas data yang diperoleh. Pemeriksaan data dilakukan dengan dua cara, yaitu:

1. Perpanjangan keikutsertaan
2. Ketekunan Pengamatan

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Motif Anggota untuk bergabung kedalam komunitas *Kpopers* Pekanbaru**

#### **1. Motif Masa Lalu (*Because Motive*)**

Motif masa lalu ini merujuk kepada apa yang pernah terjadi di masa lalu yang berhubungan dengan apa yang seseorang itu lakukan sebagai kegiatannya di masa kini. Misalnya kebiasaan atau hobi yang sering dilakukan sebelumnya, yang membawanya kepada satu kegiatannya sekarang, yaitu meniru *style* Korean atau meniru *dance* Korea. Dari kelima *informan* yang telah peneliti wawancarai secara mendalam, mereka semua memiliki motif masa lalu yang berhubungan dengan hobi mereka.

Setelah membandingkan satu sama lain, akhirnya dapat disimpulkan mengenai motif masa lalu dari keseluruhan *informan*, yaitu *informan* merasa adanya hubungan antara dunia *Kpopers* dengan hobi menari yang memang sudah ada sejak dahulu

Selain motif masa lalu yang berhubungan dengan hobi menari, anggota komunitas *Kpopers* Pekanbaru memiliki alasan yang lain dalam mengikuti kegiatan komunitas *Kpopers* Pekanbaru ini. Motif masa lalu yang lain yaitu karena melihat artis Korea itu beda dari yang lain seperti yang dituturkan oleh Sinta, dimana ia melihat untuk menjadi artis Korea dibutuhkan pelatihan selama bertahun-tahun baru kemudian bisa debut. Lalu ada juga yang dilatar belakangi karena pada

awalnya menyukai drama Korea lalu kemudian menyukai lagu-lagu koreanya seperti yang diungkapkan oleh Sandry dan Juga Natasha serta juga keinginan diri sendiri. Ada pula yang dilatarbelakangi oleh ajakan dari teman untuk ikut kedalam komunitas yang diungkapkan Nadia bahwa waktu SMA diajak temannya untuk datang ke acara ulang tahun Kpopers Pekanbaru yang kedua, dari ajakan itu Nadia mulai tertarik masuk kedalam komunitas. Sama halnya dengan Nadia, Dede juga mengenal *Kpop* karena diberitahu oleh kakaknya yang duluan menyukai *Kpop*.

Jadi, motif masa lalu anggota komunitas Kpopers Pekanbaru dalam mengikut sertakan diri kedalam komunitas meliputi hobi menari yang sudah ada sejak lama, serta kagum dengan artis Korea serta mengagumi gerakan *dance* yang ditampilkan, cerita drama yang menarik dan adanya ajakan teman dekat.

## **2. Motif Masa Datang (*In-Order-To-Motives*)**

Motif masa datang merujuk kepada apa yang diinginkan untuk jangka panjang. Berdasarkan dari hasil wawancara dengan para informan, peneliti mendapatkan beberapa jawaban dari informan yang termasuk ke dalam motif masa datang.

Sinta dan Sandry mengungkapkan motif masa datang yang ingin mereka capai adalah semakin dikenal orang banyak dan mereka ingin semakin sukses dan ingin dikenal sebagai *dancer* yang baik dalam menari seperti yang diungkapkan oleh Dede . Berbeda dengan mereka, Nadia mengatakan kalau dia ikut kedalam komunitas agar bisa lebih memahami dan mendapatkan bahasa baru untuk dipelajari serta Natsha mengatakan bahwa ia ikut kedalam komunitas ini agar bisa mengubah pemikiran orang lain tentang *Kpop* itu sendiri agar tidak dipandang sebelah mata karena musik *Kpop* itu unik.

Dari pernyataan parainforman bahwa terdapat motif masa datang yang menjadi alasan mereka untuk ikut kedalam komunitas, yaitu karena semakin banyak orang mengetahui bahwa komunitas mereka mereka makin berusaha untuk menampilkan yang terbaik disetiap penampilan mereka. Menjadi *Kpopers* juga menjadi wadah bagi mereka agar dikenal orang banyak sehingga mereka semakin memiliki banyak teman dan juga relasi.

## **Pemaknaan anggota komunitas Kpopers Pekanbaru terhadap *Kpop***

Teori Interaksional Simbolik yang dijadikan sebagai dasar dalam membahas makna *Kpop* bagi komunitas Kpopers Pekanbaru ini mengasumsikan komunikasi berlangsung ketika orang-orang berbagi makna dalam bentuk simbol-simbol, seperti kata-kata atau gambar (Ardianto, 2010:158).

Pemikiran interaksi simbolik menjadi dasar untuk menjelaskan bagaimana makna atas simbol-simbol dapat menentukan tindakan seseorang dalam melakukan kegiatan menyukai *Kpop* dan kemudian dijadikannya sebagai tujuan hidup. Maka, teori interaksi simbolik berasumsi bahwa anggota komunitas Kpopers Pekanbaru dapat mengerti berbagai hal dengan belajar dari pengalaman. Persepsi-persepsi yang dimiliki anggota tersebut akan diterjemahkan melalui simbol-simbol dalam interaksi. Dimana, sebuah makna dipelajari melalui interaksi mereka dengan orang lain (Kuswarno: 2009:114).

Jadi menurut para informan yang notabene-nya adalah para anggota komunitas Kpopers Pekanbaru dan sudah lama menyukai *Kpop* ini, makna dari *Kpop* itu terbagi menjadi dua bagian, yaitu:

### **1. *Kpop* Sebagai Media untuk Mengekspresi Diri Yang Positif**

*Kpop* menjadi sebuah media untuk mengekspresikan diri yang positif seperti

yang diungkapkan oleh informan peneliti yaitu Sinta, Sandry, Natasha dan Dede dimana mereka mengungkapkan bahwa mereka melihat pribadi mereka menjadi lebih positif setelah bergabung didalam komunitas karena selama mereka menjalani kegiatan *Kpopers* ini mereka tidak melakukan hal-hal yang negatif, walaupun seperti yang diungkapkan Sandry setiap perbuatan itu memang mengandung resiko negatif dan positifnya, negatifnya karena terlalu suka berada didunia *Kpopers* ini tak jarang menimbulkan masa-masa canggung terhadap orang lain di luar dunia per*Kpopers*an ini karena terlalu asiknya, tetapi terlepas dari itu dia mempunyai banyak sikap positifnya.

Natasha juga mengungkapkan selama dia menjadi *Kpopers* ini dia merasa senang dikarenakan mereka sangat terbuka baik dengan orang luar maupun yang sudah ada didalam komunitas. Bahkan Dede mengaku bahwa dia merasa keren setelah ikut bergabung kedalam komunitas ini.

## **2. *Kpop* Sebagai Media Untuk Menyehatkan Jasmani**

Bagi Sandry dan Nadia setelah mereka ikut kedalam komunitas ini mereka merasa semakin sehat jasmaninya, karena bagi mereka berlatih dan juga tampil Membawakan *dance cover* sama dengan sekalian berolah raga mengeluarkan keringat dan juga mereka tidak menganggap *Kpop* itu sebagai sebuah beban yang harus mereka pikul, melainkan sebuah kesenangan yang bisa menyehatkan diri sendiri.

## **Pengalaman Komunikasi Anggota Komunitas *Kpopers* Di Pekanbaru**

Pengalaman menyenangkan (*positif*) yang dialami anggota komunitas *Kpopers* Pekanbaru dalam interaksi dengan keluarga yaitu penerimaan keluarga terhadap tindakan anggota komunitas *Kpopers* Pekanbaru dalam mendukung kegiatan serta

memberikan masukan bagi para anggota komunitas ini. Hasil wawancara dengan Sinta, Sandry, Natasha, Nadia dan Dede menunjukkan bahwa keluarga menganggap *Kpop* itu merupakan hal positif dan tidak merugikan selagi masih bisa membagi waktu dengan baik. Kemudian juga mereka sama-sama mendapatkan teman baru yang bisa saling mengerti satu sama lain, bisa membuat mereka nyaman dan terbuka sehingga seperti sudah menjadi keluarga kedua bagi mereka.

Selain pengalaman menyenangkan, anggota komunitas *Kpopers* Pekanbaru juga mengalami pengalaman yang tidak menyenangkan (*negatif*). Pengalaman tidak menyenangkan yang anggota komunitas dapatkan adalah ketika orang-orang memandang mereka dengan sebelah mata terhadap mereka, ejekan-ejekan teman yang menganggap mereka “lebay” serta bagi dede sendiri pengalaman yang tidak menyenangkan yang dialaminya adalah dia di cap sebagai “banci” karena menyukai *Kpop*.

## **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan wawancara yang dilakukan oleh peneliti mengenai fenomena pengalaman komunikasi anggota komunitas *Kpopers* Pekanbaru dalam mengekspresikan diri, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Motif anggota komunitas *Kpopers Pekanbaru* untuk bergabung dalam komunitas terbagi dua, pertama motif masa lalu (*because motives*) meliputi hobi menari yang sudah ada dalam diri anggota komunitas dan adanya ajakan teman untuk bergabung kedalam komunitas itu sendiri, motif masa datang (*in order to motives*) anggota komunitas *Kpopers Pekanbaru* berupa *Kpop* sebagai media untuk lebih dikenal oleh orang banyak dan juga

merupakan sarana untuk belajar tentang bahasa serta memajukan diri sendiri dan juga agar orang-orang tidak memandang sebelah mata kepada mereka.

2. Pemaknaan *kpop* bagi anggota komunitas Kpopers Pekanbaru meliputi dua hal yaitu sebagai sebuah media ekspresi diri yang positif dan juga menjadi sebuah media untuk menyehatkan jasmani anggota komunitas.
3. Pengalaman komunikasi anggota komunitas Kpopers Pekanbaru berhubungan dengan interaksi dengan keluarga, teman-teman dan lingkungan. Pengalaman komunikasi yang dialami anggota komunitas Kpopers Pekanbaru dalam menyukai *Kpop*, pertama pengalaman komunikasi menyenangkan (*positif*) berupa penerimaan dan dukungan dari keluarga, menambah pertemanan, menambah relasi, dan mendapatkan popularitas. Kedua, Pengalaman komunikasi tidak menyenangkan (*negatif*) yang dirasakan anggota komunitas Kpopers Pekanbaru meliputi dipandang sebelah mata oleh orang-orang. Tidak jarang juga bagi mereka menyebut anak *Kpopers* adalah orang yang “lebay”, dan bagi cowok yang menyukai *Kpop* tak jarang dianggap oleh orang lain adalah banci.

## Saran

### Bagi Masyarakat

1. Hasil Penelitian ini ditujukan bagi masyarakat khususnya di kota Pekanbaru sebagai informasi, mengingat saat ini semakin banyaknya cara masyarakat untuk menuangkan pendapatnya baik melalui media audio, visual, ataupun audiovisual. Melalui seni meniru *dance Kpop* inilah

masyarakat dapat melihat bermacam ekspresi yang ditampilkan para Kpopers mengenai banyak hal, sehingga masyarakat tidak menganggap *Kpop* ini maupun para kpopersnya sebagai suatu hal yang sia-sia dan lebih menganggap *Kpop* ini sebagai suatu tempat untuk anak mudamengekspresikan diri.

## Bagi Para Anggota Komunitas

### Kpopers Pekanbaru

1. Bagi para anggota komunitas Kpopers Pekanbaru, dengan hasil penelitian ini dapat lebih meningkatkan kualitas dari *dance covernya*, sehingga masyarakat atau publik dapat mengenal serta menyukai *Kpop* lebih jauh dan tidak memandang sebelah mata kegiatan Kpopers Pekanbaru ini.
2. Bagi para anggota komunitas Kpopers Pekanbaru, melalui penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi yang bisa bermanfaat untuk dapat menghasilkan karya yang lebih baik dari sebelumnya, dan diharapkan agar tetap menjaga Komunitas ini untuk dapat bertahan lebih lama dari yang diinginkan dan tidak redup ditengah jalan.

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber buku:

- A Devito, Joseph. 2011. *Komunikasi Antarmanusia*. Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group
- Bungin, M. Burhan. 2009. *Sosiologi Komunikasi : Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi Di Masyarakat*. Jakarta: Kencana.
- Calhoun, James F. dan Joan Ross Acocella, 1995. *Psikologi Tentang Penyesuaian dan Hubungan Kemanusiaan (Edisi*

- Ketiga*). Semarang: IKIP Semarang Press
- Effendi, Onong Uchyana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Kaunang, Claudia. 2010. *Rp 3 Juta Keliling Korea dalam 9 Hari*. Yogyakarta. B-First.
- Kuswarno, Engkus. 2009. *Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi: Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitian Fenomena Pengemis Kota Bandung*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Mulyana, Deddy. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jallaludin. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady. 2010. *Metode penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Sobur, Alex. 2006. *Semiotika Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.
- Sunarto, Kamanto. 2004. *Pengantar Sosiologi*. Lembaga Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen: Teori dan penerapannya dalam Pemasaran Edisi 2 Cetakan 1*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- West, Richard dan Lynn H. Turner, 2009. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Wirman, Welly. 2012. *Pengalaman Komunikasi Dan Konsep Diri Perempuan Gemuk*, Journal of Dielectics, Vol 2, No.1. Bandung: Pascasarjana Unpad.
- Yasir, 2009. *Pengantar Ilmu Komunikasi*: Pekanbaru: Pusat Pengembangan Pendidikan
- Sumber lain:**
- Jurnal Aspikom Volume 1, Nomor 1, Juli 2010: 1-124, “Antara Venus & Lucky Helmi, Budaya Populer Jepang di Indonesia : Catatan Studi Fenomenologis Tentang Konsep Diri Anggota *Cosplay Party* Bandung.
- Kusumah, Reza Trijaya, 2011. “*KONSEP DIRI PECANDU GAME ONLINE (Studi Deskriptif Tentang Konsep Diri Pecandu Game Onlinedi Kota Bandung)*”. Bandung: Universitas Komputer Indonesia
- Silvadha, Ardita, 2012. “*Konsep Diri Pemain Game Online: Studi Fenomenologi tentang Konstruksi Konsep Diri Perempuan Pecandu Online di Jakarta*”. Bandung: Universitas Padjadjaran.
- E-leraning,  
[elearning.gunadarma.ac.id/docmodul/aktualisasi\\_diri/bab3-konsep-diri.pdf](http://elearning.gunadarma.ac.id/docmodul/aktualisasi_diri/bab3-konsep-diri.pdf), diakses 01 februari 2015
- Scribd, “*Korean Wave di Indonesia, Budaya Pop Internet, Dan Fanatisme Remaja*”, <http://scribd.com/doc>. diakses 04 februari 2015
- SlideShare,  
<http://www.slideshare.net/andreyuda/media-dan-budaya-populer>), diakses 04 februari 2015.