

KEBERAGAMAN PADA KELOMPOK PENGGEMAR K-POP DI INDONESIA

Muslim Hidayat¹, Jihan Nurrizki Ahmadiyah², Ratna Sulistiyani³, Lukluk Chaeratumnisya Vebryana⁴, Yumna Azzahra⁵, Nursyahdina Al-Rahmah Bobihu⁶, Luluk Maknuna⁷

1. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta
2. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta
3. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta
4. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta
5. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta
6. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta
7. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta

Correspondence: muslim.hidayat@uin-suka.ac.id¹, 20107010062@student.uin-suka.ac.id², 20107010073@student.uin-suka.ac.id³, 20107010075@student.uin-suka.ac.id⁴, 20107010076@student.uin-suka.ac.id⁵, 20107010077@student.uin-suka.ac.id⁶, 20107010109@student.uin-suka.ac.id⁷

INFO ARTIKEL

Info Publikasi:

Artikel Kajian Library
Research

Sitasi Cantuman:

Muslim Hidayat, et all.
(2022). Keberagaman
Pada Kelompok
Penggemar K-Pop Di
Indonesia. *Abrahamic
Religions: Jurnal Studi
Agama-Agama (ARJ)*,
2(2), 106-115

DOI:

[10.22373/arj.v2i1.12194](https://doi.org/10.22373/arj.v2i1.12194)

Hak Cipta © 2022.
Dimiliki oleh Penulis,
dipublikasi oleh ARJ

Dikirim: Januari 2022
Direview: Juli 2022
Dipublikasi: September
2022

ABSTRACT

Hallyu or Korean cultural wave has become a cultural force in Asia and began to export its cultural products widely to the Middle East, Europe, South America, Africa and North America. Korean pop music or better known as K-pop has now succeeded in placing it self in the global market and producing a new musical sensation. K-pop has the characteristics of music that can provide its own pleasure for the audience, so that this type of music is increasingly favored and consumed by many people regardless of gender or age range. Individuals in early adulthood tend to have a strong attraction to celebrities in their lives, such as pop idols, movie stars, and the like. This will eventually give rise to fan groups who are the most visible part of the audience of cultural texts and practices dominated by people in early adulthood. Fan groups that appear in K-pop culture are called K-poppers (K-pop Lovers) or the K-pop community who hunts for all information about their favorite K-pop idols such as groups of singers and Korean music groups commonly referred to as Boy Bands and Girlbands. This study aims to determine the process of forming social groups and how the phenomenon of K-pop fan groups in the process of group formation is viewed from the point of view of social psychology. The method used in this research is to use a literacy study method or commonly referred to as a literature study, where the data obtained are sourced from recording and processing the research data obtained.

Keyword: Diversity, K-Pop Fandom, Indonesia.

* * * * *

ABSTRAK

Hallyu atau gelombang budaya korea telah menjadi kekuatan budaya di Asia dan mulai mengeksport produk budayanya secara luas hingga ke Timur Tengah, Eropa, Amerika Selatan, Afrika dan Amerika Utara. Musik pop Korea atau lebih dikenal sebagai K-pop kini berhasil menempatkan diri di pasar global dan menghasilkan sensasi musik yang baru. K-pop memiliki ciri khas musik yang dapat memberikan kesenangan tersendiri bagi para penikmatnya, sehingga jenis musik tersebut semakin digemari dan dikonsumsi oleh banyak orang tanpa membedakan jenis kelamin maupun rentang usia. Individu pada masa dewasa awal cenderung memiliki ketertarikan yang kuat terhadap selebritas dalam kehidupannya, seperti idola pop, bintang film, dan semacamnya. Hal ini pada akhirnya akan memunculkan kelompok penggemar yang merupakan bagian paling tampak dari khalayak teks dan praktik budaya yang didominasi oleh orang-orang pada tahap dewasa awal. Kelompok penggemar yang muncul dalam budaya K-pop disebut dengan K-popers (K-pop Lovers) atau komunitas K-pop yang berburu segala informasi tentang idola K-pop yang disukainya seperti kelompok penyanyi dan grup musik Korea yang biasa disebut dengan Boy Band dan Girl Band. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses pembentukan kelompok sosial dan bagaimana fenomena kelompok penggemar K-pop dalam proses pembentukan kelompok yang ditinjau dari sudut pandang ilmu psikologi sosial. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode studi literasi atau biasa disebut juga sebagai studi kepustakaan, dimana data yang diperoleh bersumber dari mencatat dan mengolah data penelitian yang didapatkan.

Kata Kunci: Keberagaman, Penggemar K-Pop, Indonesia.

A. Pendahuluan

Masyarakat arus utama dapat dicirikan sebagai budaya yang disampaikan untuk masyarakat umum, baik sebagai film, drama, musik atau buku. Belakangan ini industri musik populer dibanjiri oleh negara-negara barat seperti Amerika, Eropa dan Jepang (Zahra, 2019). Meskipun demikian, musik populer Korea atau disebut K-pop kini telah menang dalam hal menempatkan dirinya di pasar dunia dan menciptakan sensasi melodi lainnya. Hallyu atau gelombang sosial Korea telah berubah menjadi kekuatan sosial di Asia dan mulai mengirimkan barang-barang sosialnya ke Timur Tengah, Eropa, Amerika Selatan, Afrika, dan Amerika Utara.

Buku *All About K-pop*, Yulius (Rena, 2017) menjelaskan bahwa *K-pop* bukanlah genre musik baru melainkan sudah berkembang sejak tahun 1920-an ketika Jepang menjajah semenanjung Korea. Namun musik ini menjadi terkenal pada tahun 1990-an yang saat itu industri musik mulai melirik remaja sebagai target pasarnya dengan cara membentuk suatu *idol group*. Berdasarkan data dari Pemerintah Korea (*The Korea Foundation*) tentang 'gelombang budaya korea' seperti dilansir dari *The Korea Times*, data yang dipaparkan menunjukkan bahwa jumlah penggemar kebudayaan Korea di seluruh dunia meningkat 22 % menjadi 89,19 juta dari yang semula 73,12 juta penggemar yang tersebar di 113 negara pada tahun 2017 (JawaPos.com-*Makin Populer, Tahun 2018 Ada 89 Juta Penggemar Korea Di Seluruh Dunia*, 2019).

Indonesia merupakan negara yang tidak luput dari “penyakit” daya tarik Korean wave. Berdasarkan studi yang diambil dari jumlah penonton video dengan K-Pop yang puas di YouTube, Indonesia berada di posisi kedua dengan mencapai 9,9% dari total penonton. (WowKeren.com-*Inilah 10 Negara Dengan K-Pop Stan Terbesar Tahun 2019 Berdasarkan Data Youtube, Ada Indonesia?*, 2019). Hal ini menjadikan Indonesia sebagai ahli utama substansi Korea di luar Korea Selatan sendiri. Tersebar *Korean wave* melalui berbagai cara juga dipermudah dengan akses internet dan banyaknya media sosial yang memudahkan siapapun dapat mengakses informasi yang tersedia dalam berbagai bahasa. Keterbatasan akan perbedaan bahasa akhirnya juga dapat diatasi dengan makin banyaknya fan ataupun non-fan yang membuka jasa terjemah subtitle Kdrama ataupun Musik K-pop.

K-pop memiliki kualitas musik yang dapat memberikan kenikmatan tersendiri bagi penontonnya, sehingga jenis musik ini semakin disukai dan dikonsumsi oleh banyak orang secara konsisten tidak memperdulikan orientasi atau rentang usia. Sesuai hasil review IDN Times (Triadanti, 2019) dengan 580 jurnalis, 40,7% penggemar K-pop di Indonesia berusia 20-25 tahun, 38,1% berusia 15-20 tahun, 11,9% lebih dari 25 tahun dan tarif dasar berasal dari usia 10-15 tahun, yaitu 9,3%. Selain itu, sosial ekonomi penggemar K-pop di Indonesia juga dibanjiri oleh wanita, yaitu 92,1% dan pria 7,9%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar penggemar K-Pop berada dalam rentang usia dewasa awal. Sesuai dengan konsekuensi eksplorasi oleh Help dan Lomore (2001), menunjukkan bahwa 75% orang di masa dewasa awal umumnya akan memiliki bidang kekuatan untuk nama besar dalam hidup mereka, misalnya, simbol pop, selebriti, dan semacamnya (Boon & Lomore, 2001). Ini pada akhirnya akan mengarah pada kelompok penggemar yang merupakan bagian paling nyata dari kerumunan teks dan praktik sosial yang diliputi oleh individu di awal masa dewasa.

Kelompok penggemar yang muncul di masyarakat K-mainstream disebut K-popers (K-pop Sweethearts) atau daerah lokal K-pop yang mengejar semua data tentang simbol K-pop nomor satu mereka, misalnya pertemuan artis dan Korea. kelompok musik biasanya disebut sebagai kelompok Teeny-bopper dan pertemuan *Boy Band* dan *Girl Band* (Wardani, 2015). Pertemuan penggemar, misalnya, area lokal K-pop memiliki kekuatan inklusi ilmiah dan dekat dengan rumah sambil memberikan signifikansi pada item sosial, khususnya musik K-populer itu sendiri.

Alam semesta K-popers memiliki istilah menjadi penggemar. Menjadi penggemar itu sendiri adalah kumpulan atau kumpulan penggemar yang menyukai grup pop remaja dan grup wanita muda tertentu. Sebagai aturan, Menjadi penggemar dibentuk menjadi beberapa pertemuan kecil yang tersebar di berbagai distrik. Menjadi penggemar itu sendiri adalah sosok yang menghubungkan antara penggemar dan objek antusiasme mereka, terutama dalam pertemuan ikon K-pop dan musik K-populer. Penggemar K-pop memberikan beberapa hiburan lokal atau online seperti twitter, instagram, youtube yang sering digunakan untuk berbicara dengan penggemar yang berbeda yang memiliki minat yang sama. 56% penggemar K-pop bertahan selama 1-5 jam mengendarai hiburan online untuk mengetahui semua data tentang idola mereka. Lebih dari 28% penggemar bahkan

menghabiskan lebih dari 6 jam di internet untuk melihat berbagai latihan simbol tersebut. Alasan Menjadi penggemar (Fans Realm) adalah sebagai diskusi bagi penggemar untuk mengatasi budaya partisipatif dalam mendukung ikon K-Pop di mana melalui ini menjadi penggemar beberapa latihan penggemar dapat dipahami. Dengan menjadi penggemar, kumpul-kumpul para penggemar K-pop sebagian besar terakumulasi untuk melakukan beberapa latihan, misalnya kumpul-kumpul penggemar, proyek penggemar, perayaan K-pop, dll. Latihan yang dilakukan oleh K-pop lokal area adalah jenis gerakan yang mendorong dilakukannya pengungkapan data dalam kehidupan sehari-hari, di mana individu dari area lokal K-pop berkomunikasi dengan individu yang berbeda untuk memenuhi kebutuhan data dari sesuatu yang mereka sukai.

B. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode studi literasi atau biasa disebut juga sebagai studi kepustakaan. Menurut Zed (2014), riset pustaka bukanlah kegiatan yang hanya sekedar urusan membaca dan mencatat literatur atau buku buku sebagaimana dan mencatat literatur atau buku buku sebagaimana yang sering dipahami oleh banyak orang selama ini. Terdapat 4 ciri utama dari studi kepustakaan (Zed, 2014), yaitu 1) Penelitian dilakukan berhadapan langsung dengan teks atau data angka dan bukan dengan pengetahuan langsung dari lapangan atau saksi mata berupa kejadian, orang atau benda benda lainnya, 2) Penelitian yang memiliki sifat 'siapa pakai', yaitu penelitian hanya berhadapan langsung dengan sumber yang sudah tersedia di perpustakaan, 3) Data pustaka umumnya yaitu bersumber dari data sekunder, dalam artian bahwa peneliti memperoleh bahan dari tangan kedua bukan dari data orisinal oleh tangan pertama di lapangan, dan 4) Kondisi data pustaka tidak memiliki batasan leh ruang dan waktu. Lebih lanjut Zed menjelaskan bahwa studi literatur merupakan serangkaian kegiatan yang berkaitan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah data penelitian yang didapatkan.

C. Pengertian Korean Pop (K-Pop)

Korean Popular adalah jenis musik dari Korea, yang mewakili K-Pop. Korean Pop diliputi oleh irama musik saat ini yang diorganisir sehingga merupakan perpaduan antara ritme R&B (Mood and Blues) dan lagu-lagu populer kontemporer yang dipengaruhi oleh musik Barat, serta musik run yang dimulai dari Korea sendiri (Choi Sungmin, 2019). Korean Pop (K-Pop) adalah musik Korea yang terkenal berawal dari Korea Selatan. Mata air kelas K-Populer adalah Musik populer, R&B (Mood and Blues), Dance pop, musik Korea, New Jack Swing atau hip-bounce. K-Pop digambarkan dengan melodi yang hidup dengan ketukan cepat dengan syair bahasa Inggris yang digabungkan dengan tarian saat ini. Terlebih lagi, staf dari K-Pop gathering adalah orang Korea yang memiliki penampilan yang menyenangkan dan menarik, trendi dan memiliki eksekusi yang paling ekstrim (Yuanita & Sari, 2012).

K-Pop atau Korean Popular adalah jenis musik yang sangat luar biasa saat ini. Jenis musik K-Populer ini telah membius banyak anak muda Asia untuk menjadi fanatik

setia K-Pop itu sendiri. Sudah biasa K-Pop begitu unik di hati para penggemarnya. Hal ini dikarenakan para pakar K-Pop tidak hanya fokus pada penampilan luar, namun juga memberikan perhatian yang luar biasa pada sifat vokal dan kekompakan bernyanyi dan bergerak (Citra Rosalyn Anwar, 2018). Dalam musik K-Populer, penonton juga akan mengenal istilah kid bunch (kid gathering) atau young lady bunch (kelompok wanita muda). Kid gathering atau young lady bunch adalah kelompok musik, sedangkan K-Pop adalah jenis kelas atau jenis musik dan gaya. Istilah kid gathering atau young lady bunch adalah kumpulan vokal/musik yang menggabungkan lebih dari satu suara menjadi sebuah konkordansi melodi/nyanyian. Kumpul-kumpul anak atau kumpul-kumpul ibu muda sebenarnya sudah ada sejak tahun 90-an. Seperti Otot Perut (Blended Threesome), Artis Elfa (Blended Quintet), Warna (Blended Quintet), Kahitna dan masih banyak lagi. Bagaimanapun, kumpul-kumpul anak atau gerombolan remaja putri yang berasal dari Korea atau K-Pop tidak sama dengan kumpul-kumpul anak dan gerombolan remaja putri dari berbagai negara, yang membedakannya adalah para perajin K-Pop dikenal dengan sifat gerakannya (menari). bergabung dengan suara yang layak, K-Pop tidak fokus pada presentasi yang terlihat. , untuk menjadi spesialis K-Pop mereka dipersiapkan sejak dini (sekitar 12-17 tahun), diseleksi secara ketat dan diperlihatkan bagaimana akhlak seorang perajin harus secara terbuka mengikuti nama besar organisasi (organisasi) yang ada. gerhana mereka (Liem, 2013).

D. Sejarah Korean Pop

Hallyu atau gelombang Korea adalah istilah yang diberikan untuk penyebaran masyarakat arus utama dari Korea Selatan di berbagai negara di seluruh planet ini. Sebagai aturan, masyarakat arus utama Korea memicu banyak individu di setiap negara untuk mengejar pembelajaran bahasa dan budaya Korea. Landasan di balik kekhasan masyarakat arus utama Korea pada umumnya akan terjadi pada kaum muda (Choi Sungmin, 2019). Hallyu dalam bahasa Inggris adalah Korean Wave dimana menyiratkan kekhasan masyarakat arus utama Korea yang disebarkan melalui komunikasi luas dan hiburan virtual, kemudian, pada saat itu, di mana-mana tiba di kawasan Asia, khususnya China, Taiwan, Hong Kong, Jepang, Thailand, Indonesia, Vietnam, dan berbagai negara di seluruh dunia. Asia Tenggara lainnya.

Istilah hallyu pertama kali ditulis di Tiongkok pada tahun 1999. Ini karena pengaruh besar budaya Korea di Tiongkok. Tidak diketahui secara pasti kapan masyarakat mainstream menjadi terkenal di kawasan Asia. Meskipun demikian, komunikasi yang luas memperhatikan bahwa masyarakat arus utama Korea mulai dikenal di Cina selama tahun 1990-an (Sang Yeon Sung, 2008). Menurut ahli sejarah Guru Kim Hong Seok yang memahami bahwa musik populer Korea telah ada sejak zaman Joseon dikendalikan di Korea Selatan, ia menemukan beberapa kenyataan dari informasi dan keingintahuan yang dapat diverifikasi yang memiliki hubungan dengan musik populer Korea (Dina Khairunnisa, 2019).

Menurut Yuanita, masyarakat arus utama Korea pra-saat ini awalnya muncul pada tahun 1990 karena berlalunya musik populer Jepang yang juga mempengaruhi komponen

awal musik populer di Korea. Pada tahun 1960 dampak musik dipegang oleh pangkalan AS di Korea Selatan dan pada tahun 1992 menandai dimulainya kemunculan musik populer Korea (Genyarandiyono, 2012). Jenis musik ini adalah jenis musik populer, banyak pakar dan kelompok musik terkenal di negara-negara jauh. Energi untuk musik populer Korea adalah bagian tak terpisahkan dari demam K-Pop (Korean Wave atau gelombang Korea) di berbagai negara, termasuk Indonesia. Bens Leo mengatakan bahwa musik Korea naik karena dampak dari pendakian J-Pop (Japan Pop). Sebelumnya, musik Jepang muncul dengan kekuatan kumpulan vokal, baik kumpulan vokal pria maupun wanita.

Budaya musik populer Korea sendiri telah ada selama sekitar tiga zaman. Aslinya digawangi oleh H.O.T, G.O.D, Sechs Kies, Super, S.E.S, dll. Mereka biasanya memulai profesi mereka pada 1990-an hingga pertengahan 2000-an. Era kebangkitan musik populer Korea itu sendiri muncul pada tahun 2000-an dengan berkembangnya pertemuan simbol penggerak seperti TVXQ, Enormous Detonation, dan Very Junior. Usia berikutnya ini endemik seiring dengan kemajuan zaman sekarang yang tak terhindarkan. Kecenderungan masyarakat dunia lebih senang dengan lagu-lagu yang dibawakan oleh kumpulan simbol era kedua ini. Pada dasarnya, zaman selanjutnya adalah zaman pembaharu, zaman pengganti dari zaman lampau. Pada kenyataannya BTS bukanlah kelompok era kedua yang terkenal. Masing-masing memiliki penggemarnya sendiri. Namun, BTS ini akhirnya menemukan kesuksesan sejati dalam menaklukkan semua penghuni bumi, terutama anak-anak, bahkan banyak yang ternyata adalah penggemar pendirian teguh. BTS berpusat di sekitar jenis musik Rap dan R&B (Mood and Blues), sehingga banyak yang mengalami perasaan penuh gairah untuk karya mereka. Penggemar laki-laki untuk beberapa spesialis musik populer Korea seharusnya sangat jarang, karena rasa malu bahwa anak-anak yang menyukai musik populer Korea lebih feminin atau tidak sedikit maskulin. Meskipun demikian, BTS memiliki opsi untuk menghapus kontras yang memalukan ini.

E. Pengaruh Korean Pop

Istilah Hallyu atau Korean Wave diambil oleh media Cina setelah bagian dari koleksi musik populer Korea di Cina. Sementara itu, serial acara televisi Korea mulai memisahkan China dan menyebar ke berbagai negara seperti Hong Kong, Vietnam, Thailand, Indonesia, Filipina, Jepang, Amerika Serikat, Amerika Latin, dan Timur Tengah. Apalagi saat ini Hallyu sedang dibuntuti oleh kekhasan barang-barang Korea, mulai dari makanan, gadget, musik, film, hingga produk perawatan kecantikan. Keunikan ini juga memajukan bahasa dan budaya Korea ke berbagai negara. Pemerintah Korea sendiri sangat stabil dan tidak main-main dalam episode kekhasan masyarakat arus utama. Bantuan ini diakui dengan menjauhkan diri dari serangan media Barat. Dengan bangsa Korea sendiri yang membuat dan membuat sendiri alat komunikasi luas. Selain itu, dukungan dari otoritas publik juga muncul melalui berbagai acara pembuatan seperti film dan acara langsung di seluruh dunia.

Hasil dari musik Korea hari ini adalah karena berkumpulnya anak-anak muda yang memiliki minat positif terhadap video musik Korea. Musik terkenal Korea sangat populer karena mereka menyesuaikan musik barat dengan musik Korea. Kemudian, pada saat itu, selama tahun 2000-an pemerintah Korea mulai menargetkan perdagangan masyarakat arus utama Korea sebagai dorongan untuk menggarap perekonomian negara. Presiden sebelumnya Kim Dae Jung (1998), menyebut dirinya sebagai "Pemimpin Kebudayaan". Ia menetapkan strategi way of life industry dengan menetapkan cadangan hingga 124,5 juta dollar AS (Nesya Amelita, 2010). Grup pop Korea juga memiliki pakaian bergaya yang telah menjadi pakaian gaya Korea terbaru yang menjadi contoh yang baik untuk anak muda. Ada beberapa hal yang menggambarkan desain Korea ini, khususnya penggunaan nada mencolok, tema yang mempengaruhi, gaya hak-hak wanita dan perubahan yang unik. Grup pop Korea juga dikenal sering memakai embel-embel yang menarik, pakaian bergaris, kemeja besar, rambut panjang lurus dengan poni, rambut panjang bergelombang (Citra Rosalyn Anwar, 2018).

F. Proses Pembentukan Kelompok Penggemar *K-Pop* di Indonesia

Pembentukan kelompok ini dapat dilihat dari beberapa penelitian yang membahas proses pembentukan komunitas penggemar *K-pop*. Rena (2017) melakukan penelitian mengenai pembentukan kelompok sosial menggunakan subjek yang merupakan anggota tetap komunitas *K-pop* di Pekanbaru. Komunitas *K-pop* di Pekanbaru berawal dari kelompok kecil yang saling berteman dan memiliki kesamaan yaitu sama-sama menyukai musik *K-pop*. Kemudian mereka membuat Komunitas *K-popers* Pekanbaru. Komunitas tersebut diperbesar dengan promosi melalui jejaring sosial. Mereka membentuk komunitas tersebut dengan tujuan sebagai tempat berkumpul, sebagai media, dan juga sebagai media untuk menyalurkan hobi. Terbentuknya Komunitas *K-popers* Pekanbaru karena adanya kesamaan minat dan ketertarikan dengan budaya *K-pop*, sebagai media dalam berbagi dan bertukar informasi juga untuk menjadi tempat bagi para *K-popers* untuk berlatih, mengembangkan dan menyalurkan hobi *dance cover*-nya.

Dari sebuah penelitian (Nuranisa, 2015), informan melalui tahapan-tahapan dalam pembentukan identitas sosial sebagai berikut:

1. *Personal Layer*

Seseorang yang telah melalui *personal layer* berarti mulai merasakan keberadaannya dalam situasi sosial. Dalam fenomena penggemar *K-pop*, seseorang yang mulai merasakan masuknya budaya *K-pop* berarti telah melalui *personal layer*. Pembentukan identitas juga merupakan usaha seseorang untuk menginformasikan kepada orang lain tentang dirinya. Untuk menunjukkan identitasnya sebagai penggemar *K-pop*, beberapa informan bergabung menjadi anggota *cover dance*, magang di perusahaan Korea, maupun bergabung bersama komunitas penggemar.

2. *Enactment Layer*

Enactment Layer merupakan pengetahuan orang lain tentang diri kita. Kelima informan dalam penelitian Nuranisa (2015) banyak mengomunikasikan tentang *K-pop* kepada teman-temannya.

3. *Relational*

Relational adalah tahapan di mana seseorang menemukan identitasnya. Identitas dibentuk dengan interaksi. Ketika penggemar *K-pop* menjalin suatu hubungan dengan penggemar lain maka identitasnya sebagai penggemar *K-pop* akan terlihat dengan jelas.

4. *Communal*

Penggemar mencapai tahap *communal* ketika mereka diikat pada kelompok atau budaya yang lebih besar.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Arif Rahman Hakim, dkk. (Hakim & dkk., 2021) menunjukkan bahwa pembentukan identitas diri dipengaruhi oleh faktor lingkungan sosial, kelompok acuan dan tokoh idola. Pembentukan ini didasari oleh aspek eksplorasi terhadap *K-pop* dan komitmen dari identitasnya sebagai *K-popers*. Sehingga dapat dilihat bahwa secara umum pembentukan komunitas penggemar *K-pop* ini karena adanya ketertarikan dan interaksi yang sama kepada *K-pop*.

Berdasarkan dari pemaparan mengenai pembentukan kelompok sosial secara umum dan beberapa penelitian terdahulu mengenai pembentukan kelompok penggemar *K-pop*, terdapat beberapa poin yang dapat di ambil sebagai sebuah kesimpulan. Kelompok sosial merupakan suatu kelompok yang terbentuk dalam lingkungan sosial akibat adanya interaksi yang intensif, kesamaan tujuan atau perasaan dan kesadaran pada setiap individu akan keanggotaan dari kelompok tersebut. Kelompok penggemar *K-pop* merupakan bagian dari kelompok sosial itu sendiri. Pembentukan kelompok penggemar *K-pop* didasarkan akan kesamaan pada setiap anggotanya terhadap kesukaan mereka pada suatu *boy groups* atau *girl group* dari Korea. Pembentukan kelompok ini juga didasarkan akan adanya kesadaran bahwa anggotanya memiliki identitas sosial yang sama. Adanya rasa kesamaan akan kecintaan yang dirasakan setiap anggota kepada salah satu *Korean Idol* akan mempererat interaksi dalam kelompok tersebut. Interaksi yang kompleks antar anggotanya juga akan membuat kelompok penggemar *K-pop* tersebut semakin besar dan berkembang.

G. Kaitan Erat Budaya dan Agama

Bahwa budaya dan agama sangat erat kaitannya dalam masyarakat, terkesan agama tidak dapat dipisahkan dengan budaya. Hal ini dapat dilihat dalam berbagai perilaku masyarakat selalu dikaitkan dengan agama, meskipun dalam aktivitas apa pun selalu didominasi oleh budaya. Adakalanya dalam ritual tertentu budaya lebih didominasi daripada agama. Namun sebaliknya adakalanya agama lebih berperan dari pada budaya tergantung dari ritual yang dilakukan. Kondisi ini menjadikan budaya dan agamaberkaitan erat dalam kehidupan masyarakat saat ini (Muhammad, 2020).

Fenomena kehidupan masyarakat dilihat dari aspek dan budaya yang bagaimana menempatkan posisi agama dan posisi budaya dalam suatu kehidupan masyarakat. Dalam



kehidupan manusia, agama dan budaya jelas tidak berdiri sendiri, keduanya memiliki hubungan yang sangat erat, agama sebagai pedoman hidup manusia yang diciptakan oleh Tuhan, dalam menjalani kehidupannya. Sedangkan budaya adalah sebagai kebiasaan tata cara hidup manusia yang diciptakan oleh manusia itu sendiri dari hasil daya cipta, rasa dan karsanya yang diberikan oleh Tuhan. agama dan kebudayaan saling mempengaruhi kebudayaan, kelompok masyarakat, dan suku bangsa (Jacobus Ranjabar, 2006).

Hubungan antara masyarakat bermacam-macam namun saling terkait satu sama lain, sehingga hipotesis fungsionalisme mengungkap keterkaitan komponen-komponen ini dan bagaimana contoh-contoh sosial di mata publik dapat bertahan dan dirasakan. Kerangka sosial dibandingkan dengan makhluk hidup yang memiliki ketergantungan dan masing-masing bagian memiliki hubungan. Untuk mengikuti keberadaannya, setiap kerangka sosial memiliki prasyarat dan kemampuan khusus (Prayetno, 2021).

Kesimpulan

K-pop wave adalah gelombang budaya berupa genre musik yang berasal dari Korea. *K-pop* sendiri saat ini telah banyak dikenal oleh berbagai kalangan. Adanya pasar global membuat *K-pop* makin melebarkan sayap mereka ke ranah internasional. Indonesia adalah salah satu negara yang ditargetkan sebagai pangsa pasar *K-pop* tersebut. Kemunculan berbagai *boy* atau *girl group* dari Korea menyebabkan terbentuknya kelompok-kelompok penggemar yang tersebar di berbagai daerah yang kini telah menjadi bagian dari kelompok sosial di Indonesia. Kelompok sosial sendiri terbentuk karena adanya kesamaan dari setiap anggotanya terhadap suatu hal atau terhadap suatu tujuan tertentu. Dalam hal ini pembentukan kelompok penggemar *K-pop* juga karena adanya kesamaan terhadap suatu hal. Kesamaan tersebut dilihat dari kecintaan setiap anggota dari kelompok terhadap suatu *boy group* atau *girl group* Korea tertentu. Kelompok penggemar *K-pop* atau yang biasa di sebut *fandom* tersebut merupakan sekumpulan orang dengan kecintaan, kegemaran, kesukaan atau hobi yang sama terhadap *K-pop* dan diperkuat dengan kesadaran setiap anggota bahwa mereka memiliki identitas yang sama terhadap kelompok tertentu. Kelompok penggemar *K-pop* berkumpul untuk melakukan beberapa kegiatan seperti *fans gathering*, *fans project*, *K-pop festival* dan lain sebagainya. Kegiatan kegiatan yang dilakukan tersebut akan membuat interaksi dalam kelompok penggemar *K-pop* semakin kuat.

REFERENSI

- Boon, S. D., & Lomore, C. D. (2001). Admirer-Celebrity Relationships among Young Adults. *International Communication Association*, 27(3), 432-465.
- Choi Sungmin. (2019). *BTS Heat Feel the Euphoria and Get Fever*. Histeria.
- Hakim, A. R., & dkk. (2021). Pembentukan Identitas Diri pada K-popers The Building of Self-Identity on K-popers. *Motiva: Jurnal Psikologi*, 4(1), 18-31.
- Jacobus Ranjabar. (2006). *Sistem Sosial Budaya Indonesia Suatu Pengantar*. Ghalia Indonesia.

- JawaPos.com. (2019). *Makin Populer, Tahun 2018 Ada 89 Juta Penggemar Korea di Seluruh Dunia*.
- Muhammad. (2020). Hubungan Agama dan Budaya Pada Masyarakat Gampong Kereumbok Kabupaten Pidie, Provinsi Aceh. *Substantia: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin, Volume 22*.
- Nuranisa, C. (2015). Pembentukan Identitas Penggemar Melalui Media Baru. *CommLine, 6(2)*, 177-196.
- Prayetno, N. S. (2021). TRADISI PEUSIJUEK SEBAGAI SARANA MEDIASI DITENGAH SYARIAT ISLAM DI ACEH. *Abrahamic Religions: Jurnal Studi Agama-Agama, 1(2)*, 172. <https://doi.org/10.22373/arj.v1i2.10727>
- Rena, E. (2017). Komunitas K-Popers Pekanbaru (Studi Tentang Pembentukan Kelompok Sosial). *Jom FISIP, 4(2)*, 1-15.
- Triadanti, N. (2019). *Jadi Gaya Hidup, Benarkah Fans KPop Kaya Raya atau Cuma Modal Kuota?*
- Wardani, C. P. (2015). *Fungsi Komunitas K-Pop sebagai Wadah Penggemarnya Studi Deskriptif pada Komunitas Elf (Ever Lasting Friends) Surabaya di Surabaya*. Universitas Airlangga.
- WowKeren.com. (2019). *Inilah 10 negara dengan k-pop stan terbesar tahun 2019 berdasarkan data youtube, ada Indonesia?*
- Yuanita & Sari. (2012). *Korean Wave: Dari K-Pop Hingga Tampil Gaya Ala Korea*. Idea Terra Media Pustaka.
- Zahra, S. (2019). *Penggemar Budaya K-Pop (Studi Mengenai Ideologi Penggemar Budaya K-Pop pada Fandom iKONIC di Kota Surabaya)*. Universitas Airlangga.
- Zed, M. (2014). *Metode penelitian kepustakaan*. Yayasan Obor Indonesia.