

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Budaya Korea Selatan sangat berkembang pesat di Asia, sejak *Hallyu* memasuki dunia internasional. Istilah *Hallyu* pertama kali muncul dan diperkenalkan oleh jurnalis asal Beijing pada pertengahan 1999 di Cina sebagai suatu keterkejutan terhadap pesatnya pertumbuhan popularitas hiburan dan budaya. *Hallyu* di artikan sebagai gelombang Korea. Popularitas *Hallyu* dalam waktu yang relatif singkat, telah menyebar luas ke berbagai negara. Sejak saat itu, ledakan budaya pop Korea meningkat dan mencapai tahap penetrasi aktif di berbagai belahan Asia termasuk salah satunya ialah negara Indonesia (Velda Ardia, 2014). Kemudian fenomena *hallyu* dikenal secara global oleh kalangan anak muda terutama di negara-negara Asia yang mengikuti perkembangan musik pop Korea (*K-pop*), drama Korea (*K-drama*), film, fashion (*K-fashion*), makanan dan produk kecantikan (*K-beauty*), menjadi kekuatan budaya yang memainkan peranan penting bagi Korea. Penyebaran *Korean wave* atau *hallyu* dengan berbagai cara difasilitasi oleh akses internet juga media sosial, sehingga memudahkan siapa saja untuk mengakses informasi yang tersedia dalam berbagai bahasa.

Budaya populer Korea sudah tidak asing lagi ditelinga kita. Perkembangan budaya Korea saat ini sudah sangat populer baik dikalangan remaja maupun dewasa, baik perempuan maupun laki-laki. Dikutip oleh Yuannisa dari Storey (1997: 7) mendefinisikan budaya pop sebagai budaya yang digemari oleh orang banyak. Hal ini

bisa kita lihat dari bagaimana larisnya penjualan sebuah album *idol K-pop*, tiket konser, yang di padati oleh masyarakat. *Boyband K-pop* pertama di Korea Selatan yang berhasil membuat *K-pop* dikenal oleh negara lain yaitu H.O.T dengan melakukan konser tunggalnya di negara Cina pada tahun 2000. Kemudian *K-pop* dilanjutkan dengan lahirnya generasi ke-2 yang berhasil membuat Korea Selatan sukses menjangkit pasar dunia. Beberapa artis *K-pop boyband* dan *girlband* generasi ke-2 yaitu *BoA*, *TVXQ*, *Super Junior*, *Big Bang*, *SNSD*, *2NE1*. Selanjutnya di teruskan dengan generasi ke-3 yaitu *Seventeen*, *Exo*, *Monsta-x*, *Nct*, *Balckpink*, *Twice*, dan sampai sekarang ini sudah ada generasi ke-4 yaitu *Stray Kids*, *Enhypen*, *The Boyz*.

Seventeen (세븐틴) adalah boyband asal Korea Selatan yang beranggotakan 13 orang dibawah agensi Pledis Entertainment. *Seventeen* secara resmi memulai debutnya pada tanggal 26 Mei 2015 dengan mini album '17 Carat' dengan membawakan lagu pertamanya yang berjudul "Shining Diamond". Boygrup ini terdiri dari tiga unit yaitu hiphop unit dengan member S.coups, Mingyu, Wonwo, Vernon. Vokal unit terdiri dari Jeonghan, Joshua, Dk, Seungkwan, Woozi. Dan Performance unit terdiri dari Jun, Hoshi, The8 dan Dino. *Seventeen* (세븐틴) dikenal sebagai grup idola yang memproduksi lagunya sendiri karena mereka terlibat dalam komposisi dan produksi diskografi dan koreografi mereka sendiri.

Munculnya budaya populer merupakan salah satu dampak dari globalisasi. Budaya populer merupakan salah satu dampak globalisasi yang terkait dalam permasalahan kehidupan sehari-hari. Globalisasi sendiri diartikan sebagai proses penyebaran unsur-unsur budaya tanpa perlu adanya kontak fisik selama proses penyebaran tersebut. Globalisasi ini telah membawa beberapa perubahan dalam

kehidupan antar negara. Khususnya, dengan adanya globalisasi media standarisasi penyebaran informasi ke beberapa negara mengalami kemajuan. (Galuh, 2019). Dalam jangka panjang, budaya yang didukung ini akan menyebar ke beberapa negara yang menerima informasi. Indonesia dikenal memiliki penggemar atau *fanbase Kpop* yang besar dan loyal dalam dunia, hal ini bisa menimbulkan adanya sikap fanatisme penggemar *idol K-pop*.



Gambar 1.1 20 Negara Penggemar K-pop Terbanyak
Sumber: <https://www.cnnindonesia.com/hib>

Berdasarkan gambar diatas, Indonesia tercatat sebagai negara dengan jumlah penggemar *K-pop* terbesar di dunia maya pada tahun 2021. Kecintaan masyarakat Indonesia terhadap group *K-pop* terus bertumbuh kuat karena semakin banyaknya artis *K-pop* yang memasukkan negara Indonesia ke dalam konser tour mereka. Tak hanya itu salah satu agensi *K-pop* besar Korea yaitu *SM Entertainment* bahkan telah bekerja sama dengan perusahaan media Indonesia yaitu *Tranmedia Corp*. Kemudian hal-hal yang berhubungan dengan Korea telah banyak digemari oleh masyarakat dari berbagai rentang usia. Menurut hasil survei *IDN Times* tahun 2019 40,7% penggemar *K-pop* di Indonesia berusia antara 20 hingga 25 tahun. Kemudian 38,1% sekitar 15-20 tahun. Dan presentase terendah adalah usia 10-15 tahun hanya sebanyak 9,3% (Sandy, 2021).

Di industri hiburan, pekerja hiburan tidak akan bertahan lama tanpa penggemar. Penggemar adalah istilah yang digunakan untuk membela keberadaan pekerja hiburan atau idola. Apabila pekerja hiburan tidak memiliki penggemar maka mereka tidak akan mungkin eksis, juga *famous* (Li Shi Guang, 2013). Hal ini membuat hampir semua penggemar *K-pop* di seluruh dunia rela melakukan apa saja untuk bertemu dengan idolanya, sampai mengikuti semua jadwal kegiatan sang idola hal ini membuat penggemar menjadi fanatic. Grup penggemar bisa disebut fanatik karena cenderung terobsesi dengan preferensi idola. Kelompok penggemar dianggap sebagai perilaku yang berlebihan. Mereka cenderung terobsesi mengenai hal-hal yang berkaitan dengan sesuatu kegemarannya yang berhubungan dengan idolanya, sehingga menjadi kecanduan dan memiliki sikap fanatisme.

Fanatisme adalah kepercayaan terhadap suatu objek fanatik yang dikaitkan dengan sesuatu yang berlebihan tentang objek tersebut. Sikap fanatik ini tampak dalam aktivitas dan semangat yang luar biasa atau bahkan sesuatu *ekstrim*. Seperti keterikatan emosional, cinta dan minat berlebihan dalam jangka waktu yang panjang. Fanatisme terhadap kebudayaan Korea yang paling banyak diminati adalah musik, atau yang sering disebut dengan istilah *K-pop*. Walaupun terdapat kendala pada bahasanya tetapi perbedaan ini tidak mengurangi rasa kecintaan mereka terhadap *idol K-pop* tersebut (Asfira, 2019).

Sikap fanatisme yang dimiliki oleh seseorang, seringkali mempengaruhi perilakunya dengan menunjukkan sikap kefanatikannya tersebut, termasuk perilaku konstruktif dan destruktif. Dengan alasan memiliki rasa fanatik yang tinggi, seorang penggemar akan melakukan yang terbaik untuk menunjukkan sikapnya dengan berbagai cara (Rima Lady, 2015). Orang-orang mulai terobsesi dengan *idol*

boyband/girlband yang mereka sukai hingga menjadi *fans* sejati nya. Sehingga membuat mereka rela mencari jadwal kegiatan *idol* bahkan membeli banyak album demi mendapatkan *fansign* bersama *idol* kesayangan mereka. Untuk bisa melakukan *fansign* pun tak mudah, ada syarat dan ketentuan tertentu. Menjadi *K-popers* bukanlah sesuatu yang murah dan mudah. Untuk menjadi seorang *K-popers* atau penggemar harus mengeluarkan banyak uang untuk membeli tiket konser, album, *merchandise*, melakukan polling, serta membeli produk yang diiklankan oleh idola favorit. Selain itu, mengunjungi Korea Selatan merupakan impian bagi para penggemar *idol K-pop* yang tentunya akan memberikan dampak signifikan bagi sektor pariwisata Korea Selatan (Mar'a, 2020)

Melalui media sosial penggemar *K-pop* terlibat dalam kegiatan yang disebut dengan *fangirling*. *Fangirling* adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan kegembiraan yang berlebihan atau ekstrim terhadap group idola tertentu. *Fangirling* berasal dari kata *fansgirl* dan *fansboy* yang dibedakan berdasarkan praktik khusus dalam keterlibatan di sebuah *fandom*. Seseorang yang memiliki sikap fanatisme dengan sang idola ini terlihat dari hal-hal yang sederhana, termasuk di dalam aktivitas yang dilakukannya dalam kehidupan sehari-hari. Misalnya seorang penggemar *K-pop* yang sering membagikan informasi-informasi seputar idol kesukaan, melalui media sosial miliknya.

Fenomena ini tampak juga di kalangan mahasiswa/i program studi bahasa Korea, Universitas Nasional. Menurut penglihatan penulis banyak kalangan mahasiswa/i program studi bahasa Korea, Universitas Nasional yang memiliki sikap fanatik terhadap boygroup *Seventeen*. Penulis sering mengamati mereka membeli album tak hanya satu di setiap comeback *Seventeen*, bahkan ada yang membeli 3 jenis

album dalam sekali comeback idolnya dengan versi yang berbeda-beda yang bisa mengeluarkan uang hingga Rp.300.000-1.000.000 rupiah. Penulis juga sering mengamati kegiatan yang mereka lakukan, seperti datang dalam konser musik yang diselenggarakan di Indonesia dan mengikuti *Fansign Videocall*. Bahkan dari mereka pun ada yang rela menjemput ke bandara untuk menyambut kedatangan *Seventeen* ketika datang ke negara kita sendiri. Melihat fenomena fanatisme di beberapa mahasiswa/i program studi bahasa Korea, Universitas Nasional, tempat dimana penulis menimba ilmu bahasa Korea ini, menarik untuk menganalisis seperti apa aktivitas mereka sebagai penggemar *Seventeen* yang fanatik serta mengetahui faktor yang melatarbelakanginya. Sehingga dapat terlihat sikap fanatisme tersebut termasuk dalam sifat yang positif atau sebaliknya yaitu negatif.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang ingin penulis angkat dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Apa faktor-faktor yang melatarbelakangi sikap fanatisme penggemar *Seventeen* mahasiswa/i program studi bahasa Korea Universitas Nasional?
2. Bagaimana sikap fanatisme penggemar *Seventeen* yang dilakukan mahasiswa/i program studi bahasa Korea Universitas Nasional?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang harus penulis capai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang melatarbelakangi sikap fanatisme penggemar Seventeen mahasiswa/i program studi bahasa Korea Universitas Nasional.
2. Untuk menganalisis sikap fanatisme penggemar Seventeen yang dilakukan oleh mahasiswa/I program studi bahasa Korea Universitas Nasional dalam kehidupan sehari-harinya.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Secara Teoritis

Manfaat secara teoritis berkaitan erat dengan manfaat hasil penelitian yang dapat diterapkan di lingkungan akademis. Yakni, hasil penelitian secara langsung bisa diterapkan nantinya di lingkungan mahasiswa/i program studi bahasa Korea Universitas Nasional dengan mengambil sisi positifnya.

1.4.2 Secara Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi penulis dan pembaca tentang faktor yang melatarbelakangi sikap fanatisme serta aktivitas yang dilakukan penggemar K-pop di kalangan mahasiswa/i program studi bahasa Korea Universitas Nasional.
2. Penelitian ini diharapkan mampu untuk menjadi referensi penelitian lain, khususnya para peneliti yang berminat di bidang budaya yang terkait dengan analisis dampak apa saja yang diperoleh dari sikap fanatisme.

1.5 Metode Penelitian

Dalam penelitian karya tulis ini metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode wawancara kepada Responden. Responden dalam penelitian ini berjumlah 7 orang yang terdiri dari 1 orang angkatan 2017, 5 orang angkatan 2018, 1 orang angkatan 2019. Wawancara dilakukan dari tanggal 05 juni 2022 sampai 10 juni 2022 melalui WhatsApp. Dari 7 responden yang diwawancarai diajukan sebanyak 24 pertanyaan. Setiap sesi wawancara rata-rata menghabiskan waktu 20-35 menit.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deksriptif. Menurut Sukmadinata penelitian deksriptif adalah penelitian suatu bentuk penelitian yang ditunjukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia. Fenomena itu bisa berupa bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan yang lain (Sukmadinata, 2006). Kemudian penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa bahasa tulisan atau lisan seseorang serta perilaku yang dapat diamati. Menurut Moleong, penelitian kualitatif adalah studi yang memahami fenomena melalui pemahaman tentang perilaku, persepsi, motivasi, tindakan secara keseluruhan melalui deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.

1.6 Sumber Data dan Teknik Pengambilan Data

Adapun jenis dan sumber data yang digunakan dalam penulisan penelitian ini dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya. Data ini didapatkan

melalui proses wawancara dan dokumentasi aktivitas fanatisme yang dilakukan oleh mahasiswa/I program studi bahasa Korea Universitas Nasional. Data sekunder adalah data yang dikumpulkan langsung oleh penulis sebagai pendukung dari sumber aslinya. Dapat dikatakan bahwa data tersebut tersusun dalam bentuk dokumen.

1.6.1 Instrument Penelitian

Pemilihan partisipan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dan metode pengambilan sampel menggunakan wawancara mendalam. Menurut Notoatmodjo, *Purposive Sampling* ialah sampel yang berdasarkan atas suatu pertimbangan tertentu seperti sifat-sifat populasi ataupun ciri-ciri yang sudah diketahui sebelumnya. Dan menurut Dana P. Turner, *Purposive Sampling* digunakan ketika seseorang peneliti ingin menargetkan seorang individu dengan karakteristik minat dalam suatu penelitian.

Tujuan digunakannya *Purposive sampling* adalah untuk menentukan sampel penelitian yang memerlukan kriteria khusus untuk sampel yang diekstraksi untuk memenuhi tujuan penelitian. *Purposive sampling* cocok digunakan untuk penelitian kualitatif atau penelitian-penelitian yang tidak melakukan generalisasi (Alfi Yuda, 2020). Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* karena penulis telah mengamati serta mengobservasi sampel selama kurang lebih 3 tahun, karena sampel yang digunakan adalah teman-teman terdekat dan satu angkatan di program studi bahasa Korea. Tingkah laku yang ditunjukkan dalam mengenal *K-pop* yaitu sering memposting tentang *idol K-pop* kesukaanya melalui media sosial, serta

menunjukkan sikap kecintaannya terhadap *idol*. Fenomena ini sudah menjadi seolah keseharian peneliti. Strategi ini digunakan karena terdapat prasyarat khusus untuk calon responden.

Kualifikasi untuk calon responden.

1. Responden yang telah menjadi penggemar *K-pop* selama 5 tahun dengan usia 20-25 tahun.
2. Responden yang telah menjadi penggemar *Seventeen* selama 1 tahun.
3. Responden yang memiliki koleksi *merchandise Seventeen* seperti album, *lighstick*, *photocard*, dll.
4. Responden yang pernah datang ke konser *Seventeen*.
5. Responden yang aktif dalam media sosial serta membagikan informasi terbaru tentang *Seventeen* baik melalui twitter atau instagram.
6. Responden yang pernah mengikuti beberapa kegiatan tentang *Seventeen* baik project ulang tahun, nonton bareng, *fanmeet* bersama *fans Seventeen* lainnya.

1.6.2 Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Menurut Suharsimi Arikunto observasi adalah pengamatan langsung terhadap suatu objek dalam suatu lingkungan yang sedang berlangsung, termasuk berbagai kegiatan yang secara visual memusatkan perhatian pada objek tersebut. Sedangkan menurut Riyanto observasi adalah suatu metode pengumpulan data dengan menggunakan pengamatan langsung ataupun tidak langsung.

Jadi bisa dikatakan, observasi merupakan suatu proses yang kompleks dan penting karena peneliti harus mengamati dan mengingat perilaku manusia yang akan diteliti. Karena observasi adalah pengamatan terhadap objek yang diteliti dan analisis, sebenarnya penulis sudah mengamati objek dari cukup lama. Objek yang akan diteliti merupakan teman-teman penulis sejak di perkuliahan sehingga dapat diketahui dengan jelas objek tersebut memiliki sikap fanatisme *K-pop* sebagai penggemar atau *fans*.

2. Wawancara

Menurut Creswell wawancara merupakan proses komunikasi interaksional antara dua pihak dimana salah satu pihak telah memiliki tujuan yang telah ditentukan sebelumnya atau tujuan yang serius dimana terdapat proses bertanya dan menjawab pertanyaan. Wawancara juga merupakan acara untuk menekankan kembali atau membuktikan informasi yang diterima sebelumnya. Wawancara juga merupakan teknik komunikasi langsung antara penelitian dan responden. Wawancara merupakan bagian dari metode kualitatif. Metode kualitatif dikenal dengan menggunakan teknik wawancara-mendalam (*In-depth Interview*). Wawancara-mendalam (*In-depth Interview*) adalah prosedur untuk memperoleh informasi untuk tujuan penelitian melalui tanya jawab melalui tatap muka antara pewawancara dengan responden, terkait kehidupan sosial dalam waktu yang relatif lama.

3. Dokumentasi

Teknik pengambilan data dengan fotografi untuk mendokumentasikan aktivitas yang pernah dilakukan oleh mahasiswa/I program studi bahasa Korea Universitas Nasional. Dokumentasi akan ditampilkan berupa bukti *screenshot*, foto kegiatan sebuah aktivitas yang dilakukan penggemar *idol K-pop* mahasiswa/I program studi bahasa Korea Universitas Nasional, untuk memperkuat hasil penelitian ini.

1.7 Sistematika Penyajian

Untuk memudahkan dan memahami pembahasan seluruh penelitian ini maka sistematika penyajiannya adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN, Bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, sumber data, teknik pengambilan data dan sistematika penulisan.

BAB II KERANGKA TEORI, Bab ini berisi penjabaran mengenai tinjauan pustaka, landasan teori serta kerangka teoritis yang menjadi referensi khususnya yang berkaitan dengan fanatisme, dan perilaku penggemar. Dalam bab penelitian ini didalamnya terdapat banyak jurnal baik dari dalam negeri maupun jurnal asing yang relevan sebagai referensi yang terkait dengan penelitian ini.

BAB III ANALISIS DAN PEMBAHASAN, Bab ini menguraikan tentang faktor yang melatarbelakangi sikap fanatisme penggemar *Seventeen* dan analisis aktivitas yang dilakukan mahasiswa/I program studi bahasa Korea Universitas Nasional dalam sikap

fanatisme sebagai penggemar *Seventeen*. Berdasarkan hasil wawancara serta pengamatan penulis yang dilakukan baik secara langsung ataupun melalui media sosial.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN, Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan terkait hasil dari penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya.

