

**MOTIVASI DAN PERILAKU PENGGEMAR MUSIK K-POP DI
PURWOKERTO**

**(Studi Fenomenologi Pada Santriwati Pondok Pesantren Modern
El-Fira)**



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM JURUSAN
MANAJEMEN DAN KOMUNIKASI FAKULTAS DAKWAH
UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**

2023



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS DAKWAH**

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553, www.uinsaizu.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul:

MOTIVASI DAN PERILAKU PENGGEMAR MUSIK K-POP DI PURWOKERTO (STUDI FENOMENOLOGI PADA SANTRIWATI PONDOK PESANTREN MODERN EL-FIRA)

Yang disusun oleh **Ananda Rosianita Azhari** NIM 1717102004 Program Studi **Komunikasi dan Penyiaran Islam**, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada tanggal **10 Januari 2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial (S.Sos.)** pada Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Pembimbing

Dedy Riyadin Saputro, M.I.Kom

NIP. 198705252018011001

Sekretaris Sidang/Penguji I

Lutfi Caishol, M.Pd

NIP. 199210282019031013

Penguji Utama,

Dr. Hj. Khusnul Khotimah, M.Ag

NIP. 197403101998032002

Mengesahkan,
Purwokerto, **30-1-23**
Dekan,



Dr. A. Abdul Basit, M.Ag.

19691219 199803 1 001

Motivasi dan Perilaku Penggemar Musik K-Pop di Purwokerto (Studi Fenomenologi pada santriwati Pondok Pesantren Modern El-Fira)

Ananda Rosianita Azhari

NIM. 1717102004

Komunikasi dan Penyiaran Islam

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Pesantren merupakan sebuah lembaga pendidikan dari Indonesia yang memiliki banyak keunggulan dibandingkan dengan lembaga lain. Terdapatnya sistem asrama menjadikan pendidikan di pondok pesantren lebih baik dari lembaga lain. Nilai-nilai keislaman melalui pendidikan pesantren akan lebih tertanam seperti, kemandirian, budi luhur, ketulusan serta solidaritas. Di era ini, banyak pesantren yang mengusung modernitas dalam sistem pembelajarannya, seperti kurikulum serta metode yang dipakai, walaupun dalam hal ini masih ada beberapa ajaran inti yang mempertahankan nilai tradisional keislaman. Penyebaran budaya K-Pop juga sampai pada kalangan santri, hal ini karena pengusungan modernitas pada pesantren,

sehingga santri diperbolehkan dalam mengakses internet atau menonton televisi yang memungkinkan mereka mengetahui bahkan menggemari K-Pop. Konsumsi atas budaya K-Pop inipun terjadi pada santriwati pondok Pesantren Modern El-Fira. Hal ini terlihat dari seringnya memutar lagu-lagu Korea, menonton dramanya, mengoleksi merchandise hingga streaming konser musik secara berbayar atau gratis. Oleh karena itu, penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui motivasi serta perilaku penggemar K-Pop di Purwokerto (studi fenomenologi pada santriwati Pondok Pesantren Modern El-Fira).

Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Subyek yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 5 orang santriwati yang semuanya merupakan mahasiswa. Sumber data yang digunakan peneliti berupa sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer dalam penelitian ini didapat dari wawancara bersama subyek. Sumber data sekunder didapat dari internet, dokumen, laporan, jurnal, skripsi. Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Kemudian analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa reduksi data, penyajian data serta verification.

Hasil dari penelitian ini adalah adanya motivasi intrinsik dan ekstrinsik yang berpengaruh dalam menggemari K-Pop, seperti timbulnya minat karena melihat visual, lagu atau dari segi musik videonya. Adapaun juga pengaruh dari lingkungan sekitar yaitu dari teman dan keluarga. Dari segi perilaku ditunjukkan dengan perilaku konsumtif yaitu pembelian merchandise K-Pop, dan perilaku penggunaan media untuk mencari informasi terkait K-Pop.

Kata Kunci : Pesantren, K-Pop, Motivasi, Perilaku

A. Pendahuluan

Pesantren merupakan sebuah lembaga pendidikan asli Indonesia dengan berbagai keunggulan yang dimiliki dibanding dengan lembaga- lembaga lain. Pesantren dapat menanamkan nilai-nilai kehidupan santri dengan adanya kyai sebagai tokoh utama dan masjid yang menjadi pusat kegiatan. Dengan sistem asrama menjadikan pendidikan dalam pondok pesantren lebih baik dari lembaga lain karena adanya pengawasan penuh dari kyai. Nilai-nilai keislaman dalam pendidikan pesantren akan lebih tertanam seperti, kemandirian, budi luhur (akhlaqul karimah), ketulusan, serta solidaritas (ukhuwah). Potret subkultur bisa dilihat secara struktur pengajaran yang digunakan dalam pesantren, seperti tingkatan pelajaran yang berulang- ulang dari tahap ke tahap tanpa melihat kesudahannya dan yang membedakan dari segi tingkatan kitab yang diberikan oleh kyai kepada santri, yaitu dari kitab dengan tingkatan ringan hingga kitab yang tingkatannya dianggap berat oleh santri.

Menurut Nurcholis Majid, pesantren mempunyai cirri khas tersendiri, seperti dari kyai sebagai tokoh utamanya, santri sebagai muridnya, kurikulum, tradisi, serta masjid yang menjadi sentral dalam berkegiatan, hal ini yang menjadikan pesantren dapat berdiri hingga saat ini. Dengan metode pendidikan yang bukan hanya bertujuan dalam perubahan ilmu pengetahuan saja, tetapi juga dalam meninggikan serta meningkatkan moral, melatih, mengajarkan sikap juga perilaku jujur serta menyiapkan anak didik untuk hidup sederhana dan bersih hati. Menurut Abdurahman Wahid, adanya dimensi waktu yang unik yang terbentuk dari aktivitas di pesantren yang memusatkan pengajian dalam buku- buku teks (al-kutub al muqarrarah) setelah shalat wajib, serta aktivitas lain yang mengikuti pembagian waktu mengaji tersebut. Itulah yang menjadi sebab kenapa waktu mengaji pada malam hari lebih panjang dibanding dengan siang hari.

Dalam sistem pengajaran juga bisa bersifat klasikal, seperti kuliah umum yaitu kyai membacakan, menerjemahkan juga menjelaskan terkait permasalahan yang ada dalam kitab yang sedang dipelajari. Santri juga membaca ulang teks tersebut entah di hadapan kyai atau di bilik-bilik. Pola pembelajaran dalam teks agama tidak hanya sekedar mengajarkan cara membaca atau menerjemahkan, tetapi menjadikan isi materi teks tersebut sebagai pedoman nilai dalam kehidupan sehari-hari.

Saat ini sudah banyak pesantren yang mengusung modernitas dalam sistem pembelajarannya, seperti kurikulum serta metode yang dipakai dalam pembelajaran, meskipun dalam beberapa ajaran inti masih mempertahankan nilai tradisional keislaman. Menyebarnya budaya K-Pop juga sampai pada kalangan santri, ini dikarenakan modernitas yang ada di dalam pesantren di mana mereka mungkin diperbolehkan untuk melihat televisi, atau mengakses internet, sehingga mereka bisa mengetahui tentang adanya budaya K-Pop ini. Oleh karena itu, walaupun santri belajar tentang agama, tidak menutup kemungkinan untuk mereka menyukai atau menggemari terhadap budaya K- Pop yang sampai saat ini masih digandrungi oleh banyak orang.

Menurut Ali Nuridin (Dewan Pakar Pusat Studi Al-Quran dan Pimpinan Cariustadz.id) mengatakan, jika mengidolakan sesuatu sebaiknya dalam batas wajar, tetapi jika sudah berlebihan dan meninggalkan ibadah tentu salah. Contohnya seperti menonton drama Korea hingga melalaikan kewajibannya sebagai muslim, itu merupakan sikap yang salah. Tetapi jika hanya senang terhadap sesuatu atau grup tertentu boleh saja, selama tidak berlebihan.

K-Pop (Korean Pop) merupakan produk pop yang dikreasikan secara persilangan dengan menggabungkan budaya Timur dan Barat serta aspek budaya lokal dan global. Adanya penggabungan budaya Timur dan Barat yaitu untuk memenuhi keinginan dari berbagai

kelompok konsumen, dengan tujuan mendapat keuntungan kapitalis termasuk dalam K-Pop itu sendiri, seperti dalam beberapa jenis program musik yaitu band, boyband, girlband, dan original soundtrack drama maupun film serta semua jenis musik lainnya.

Berkembangnya K-Pop pada saat ini diawali dari musik trot yang saat itu sangat populer di Korea Selatan. Musik trot pada masa itu masih dipengaruhi oleh budaya Jepang, di mana musik trot adalah genre musik yang terkenal di Korea saat masih di jajah oleh Jepang. Tetapi pada tahun 1960-an masyarakat Korea Selatan lebih bisa menerima musik Amerika.

Terbentuknya Seo Taiji and The Boys di tahun 1992 mampu menggemparkan industri musik di Korea Selatan pada saat itu. Grup beranggotakan tiga orang ini bisa menggebrak industri musik pada saat itu karena adanya penggabungan budaya musik Amerika seperti rock, techno, rap, R&B, yang digabungkan dengan lirik Korea. Namun tak disangka, jenis musik seperti itu sangat digemari oleh masyarakat Korea Selatan karena unik. Selain grup Seo Taiji and The Boys terbentuklah beberapa grup lain seperti S.E.S, H.O.T, SHINWA, G.O.D dan yang lainnya selama tahun 1990-an.

Terkenalnya K-Pop hingga di luar Korea diawali dari sebuah perusahaan entertainment yaitu SM Entertainment yang pada tahun 1998 mendebutkan artis-artisnya di luar Korea yaitu di Cina dan Jepang. Dengan penggunaan bahasa Cina dan Jepang dalam bernyanyi, mengundang antusias dan sambutan baik oleh kedua negara tersebut, walaupun dalam musik masih mengikuti gaya K-Pop. Mengutip dari Ruangguru, salah satu artis dari SM Entertainment yang berhasil debut di Jepang adalah Kwon Boa yang merupakan penyanyi solo dan idol Korea Selatan pertama yang mampu merajai oricon (original confidence) chart di Jepang tahun 2002, hingga mampu menempatkan keenam albumnya di chart sampai pada tahun 2007, oricon merupakan perusahaan Jepang yang bergerak di bidang musik termasuk tangga lagu dan tangga album. Berkat kesuksesan inilah K-Pop bisa dikenal di seluruh dunia. Masuk di tahun 2010 mulai banyaknya idol dari Korea Selatan yang masuk ke dalam oricon chart seperti SNSD, TVXQ KARA. Bahkan, di tahun 2008 TVXQ mencatat rekornya di Guinness Book of Records sebagai grup satu-satunya yang mempunyai fan club paling banyak di dunia yakni lebih dari 800.000 anggota yang tergabung dalam fan club resmi dengan nama Cassiopeia.

Tidak hanya cukup di Asia, K-Pop juga mulai merambah pasar Amerika dan Eropa, seperti halnya penyanyi solo Kwon Boa yang merilis album pertamanya di Amerika pada tahun 2009 dengan nama BoA, dimana albumnya ini berhasil mencapai peringkat 127 di Billboard 200. Dengan adanya idol K-Pop yang berhasil memasuki pasar Amerika dan Eropa, memberi peluang bagi idol atau grup selanjutnya untuk bisa merambah di kancah internasional. Hal ini dibuktikan oleh salah satu boygroup Korea Selatan yaitu BTS yang berhasil menjadi grup pertama di Korea Selatan yang mampu menduduki peringkat satu di Billboard Chart melalui album mereka yaitu Love Yourself: Tear. Selain mendapat peringkat pertama dalam Billboard, BTS juga mampu mengalahkan Justin Bieber, Shawn Mendes, Selena Gomez dalam "Top Social Artist", tak hanya itu grup beranggotakan tujuh orang ini juga menjadi grup pertama yang tampil dalam penghargaan musik internasional yaitu American Music Awards di tahun 2017 yang dikutip dari website Ruangguru. Hal ini juga yang membuktikan bahwa K-Pop mampu bersaing di kancah internasional. Dengan pesatnya perkembangan K-Pop secara signifikan di seluruh dunia, membuat beberapa grup mulai mengadakan konser selain di Korea Selatan, seperti Blackpink, Twice, NCT, BTS, SNSD, Super Junior, Red Velvet, Shinee, Big Bang dan grup-grup lainnya yang mampu menggelar konser diberbagai benua seperti Asia, Eropa, Amerika.

Alasan mengapa K-pop sangat digemari karena memiliki penampilan yang eye-catching serta tarian yang berbeda di setiap lagunya membuat daya tarik tersendiri bagi penggemarnya walaupun banyak dari penggemar di negara lain yang mungkin tidak mengerti arti dari lagu yang dibawakan oleh idolanya. Mengutip dari Braun yang merupakan pemilik dari perusahaan manajemen hiburan yang menaungi Justin Bieber, Arianan Grande dan Demi Lovato menjelaskan bahwa “visual dari para idol ini yang memungkinkan penggemar yang tidak mengerti bahasa untuk tetap memahami musik”, penjelasan ini diperkuat oleh seorang pengamat musik dan juga sebagai Editor in Chief dari majalah Rolling Stone yaitu Adib Hidayat yang diwawancarai oleh Rappler pada September 2017 bahwa “mereka good looking serta jago menari di atas panggung dan memiliki visual yang ditata dengan sangat bagus. Jadi kemasannya memang dibuat agar menarik.” Dari penjelasan tersebut bahwa penampilan idol dari Korea Selatan mampu memberikan suatu hal yang baru yang mungkin selama ini belum ada.

Masuknya K-Pop di Indonesia berawal dari adanya Hallyu Wave atau gelombang Korea yang merupakan sebuah istilah yang mengarah pada tersebarnya budaya Korean Pop di berbagai penjuru dunia, tidak terkecuali Indonesia. Adanya fenomena peningkatan dalam minat konsumsi pada produk-produk Korea Selatan seperti produk elektronik, make up, masakan, musik, hingga film. Hallyu Wave di Indonesia sudah ada dari tahun 2000-an, yaitu ketika beberapa drama Korea Selatan yang tayang di TV Indonesia, Seperti Full House, Endless Love, Winter Sonata, Princess Hour, Boys Before Flowers. Disukainya soundtrack dari tayangan drama tersebut yang menjadi awal dari para pecinta drama untuk mulai mencari tahu dan menggemari penyanyi-penyanyi K-Pop.⁷ Sekitar tahun 2005, penyanyi solo Rain menggelar konser di Indonesia yang mampu menarik sekitar 40.000 penonton, lalu ada 2PM di tahun 2011 dan Super Junior pada tahun 2012. Melihat antusiasnya masyarakat Indonesia terhadap K-Pop juga mengundang perhatian dari grup-grup lain seperti BTS, TWICE, Red Velvet, Blackpink, SNSD, NCT, EXO dan beberapa grup lainnya yang sudah sukses menggelar konser di Indonesia. Kemajuan teknologi dan informasi di era saat ini merupakan sebuah kenyataan yang tak bisa dihindari, karena mudahnya bagi manusia untuk terhubung satu dengan yang lain sehingga semakin menghilangkan jarak. Peran media sosial sebagai tempat yang menyediakan berbagai konten informatif sehingga orang-orang dapat mencari tahu informasi dari tempat yang jauh dan tidak mungkin dijangkau. Dengan adanya media sosial yang terus berkembang, kebudayaan Korea ini dikemas dalam musik, film, drama yang kemudian disebarkan di media-media sosial. Dampak yang ditimbulkan oleh adanya media sosial juga mempengaruhi dari segi pemikiran dan tindakan khalayak. Adanya pemberitaan yang menyebar luaskan K-Pop di berbagai penjuru dunia, menimbulkan tindakan khalayak untuk menjadi penggemar K-pop yang sedang naik daun.

Konsumsi atas budaya K-Pop juga terjadi pada santriwati di pesantren, salah satunya pada Pondok Pesantren Modern El-Fira yang memiliki santriwati berjumlah 255 orang. Berkembangnya budaya K-Pop pada kalangan santriwati Pondok Pesantren Modern El-Fira terlihat dari cara berinteraksi antara satu dengan yang lain, yang terkadang diselipi beberapa kata dalam bahasa Korea dan tak jarang pula yang memutar lagu-lagu Korea, menonton drama-dramanya, mengoleksi merchandise, streaming konser musik secara berbayar atau gratis, bergabung dalam akun fanbase, memfollow idola yang disukai dan menonton atau mendownload musik videonya. Pengusungan modernitas dalam pesantren El-fira ini memperbolehkan bagi para santrinya untuk membawa alat elektronik seperti handphone dan laptop dikarenakan sebagian besar santrinya merupakan mahasiswa, sehingga tidak menutup kemungkinan bagi beberapa santri untuk menjadi penggemar K-Pop.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk meneliti terkait Motivasi dan Perilaku Penggemar Musik K-Pop di Purwokerto (Studi Fenomenologi pada Santriwati Pondok Pesantren Modern El-Fira).

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme yang digunakan untuk meneliti pada obyek yang ilmiah dimana peneliti sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif/kualitatif, serta hasil penelitian kualitatif lebih kepada makna dari pada generalisasi.

Fenomenologi merupakan kata yang berasal dari bahasa Yunani yaitu *phaenesthai* yang berarti menunjukkan dirinya sendiri atau menampilkan. Menurut Bertens, fenomenologi merupakan ilmu (*logos*) tentang sesuatu yang nampak (*phenomenon*), yang dimana fenomenologi adalah suatu pendekatan yang tertuju pada analisis mengenai gejala yang memenuhi kesadaran manusia. Sedangkan menurut Litlejohn, fenomenologi merupakan sebuah pembelajaran mengenai pengetahuan yang berasal dari kesadaran atau cara mempelajari sebuah peristiwa dengan menghadapinya secara sadar. Pemusatan dalam pendekatan fenomenologi berada pada pengalaman subyektif. Adanya hubungan pendekatan fenomenologi dengan pandangan tentang dunia serta pemaknaan dari berbagai kejafian yang dihadapi.

Menurut Denzign dan Lincoln, studi fenomenologi membahas tentang pencarian jawaban dari mana suatu fenomena. Terdapat dua hal yang menjadi focus dari studi fenomenologi, yaitu *textural description* mengenai apa saja yang pernah dialami oleh subjek penelitian pada sebuah fenomena, yang kedua yaitu *structural description* tentang bagaimana subjek mengalami serta memaknai pengalamannya.

Subjek penelitian ini adalah santriwati Pondok Pesantren Modern Elfira sebanyak enam orang. Teknik pengambilan data dilakukan dengan 3 cara. Pertama, wawancara semi terstruktur yang melibatkan 6 orang santriwati. Kemudian mengamati aktivitas mereka dalam mengolah dan mengakses konten K-Pop. Lalu yang terakhir dengan cara dokumentasi.

C. Hasil dan Pembahasan

Para informan dalam penelitian ini pada umumnya sudah mengenal K-Pop saat mereka duduk di bangku SD, SMP hingga SMA. Proses awal mereka mengenal K-Pop berawal dari ketertarikan terhadap drama Korea, melihat di media sosial, dan adanya pengaruh dari lingkungan sekitar seperti mengetahui informasi terkait K-Pop dari teman. Seperti yang diungkapkan dalam wawancara oleh beberapa informan, RJ dan GF dimana mereka mulai menyukai K-Pop saat di bangku SD karena berawal dari melihat drama Korea.

Salah satu ketertarikan terhadap K-Pop yaitu visual dari penyanyi atau grup yang disukai. Pasalnya dalam dunia perK-Pop-an, visual juga menjadi poin penting bagi perusahaan entertaint dalam mendebutkan suatu grup atau penyanyi. Seperti informan RN yang menyukai K-Pop karena melihat visual salah satu boygroup dari BTS dimana sejak saat itu ia mulai tertarik dengan K-Pop.

Meluasnya K-Pop di Indonesia terutama pada kalangan remaja memang menghasilkan adanya pro dan kontra, tetapi disisi lain K-Pop juga mempunyai sisi yang positif diantaranya yaitu melatih kedisiplinan, kerja keras, dan kebersamaan. Selain itu, musik K-Pop juga diminati oleh banyak kalangan. Hal ini karena lagu yang diciptakan tidak hanya soal percintaan, namun juga berkaitan dengan kehidupan. Terkenalnya musik K-Pop, beberapa diantaranya karena

alunan melodinya yang unik, kualitas dalam pembuatan, koreografi, visual serta suara dan kepribadiannya yang menjadikan musik K-Pop memiliki banyak penggemar dan menjadi daya tarik tersendiri. Selain karena lagunya yang menginspirasi, faktor performance dari sang artis juga bisa menjadi daya tarik bagi penggemar. Perkembangan pesat dalam K-Pop saat ini juga memberi dampak bagi penggemarnya dalam perilaku ataupun kehidupan sehari-hari. Salah satunya seperti menghabiskan waktu untuk mencari informasi terkait idola yang mereka sukai.

Dalam wawancara dengan beberapa informan, rata-rata dari mereka menyisihkan sebagian dari uang mereka untuk membeli barang-barang koleksi yang berbau tentang K-Pop. Oleh karena itu, mereka mempunyai dana khusus yang berfungsi hanya untuk membeli merchandise K-Pop yang mereka sudah incar. Salah satu perilaku yang identik dari penggemar K-Pop adalah mengoleksi merchandise K-Pop, apalagi terkait dengan sang idola. Pada penelitian ini, umumnya para informan suka mengoleksi merchandise K-Pop.

Dari banyaknya grup atau idol K-Pop sudah pasti mereka memiliki penggemarnya masing-masing. Dimana, pada setiap tahunnya mereka pasti akan melangsungkan comeback seperti merilis lagu serta album. Banyak cara untuk mendukung grup atau idol yang difavoritkan, seperti streaming di Youtube, donasi, streaming musik melalui platform yang sudah ditentukan ataupun membeli albumnya. Dalam dunia K-Pop, suatu grup mempunyai ciri khas tersendiri, hal tersebut tidak membatasi mereka dalam pembawaan genre musik. Seperti memadupadankan musik jazz dengan hip-hop, musik tradisional Korea, dan genre musik yang lain. Hal inilah yang menjadikan musik K-Pop unik dan memiliki banyak pendengar. Seperti dalam wawancara berikut ini bersama beberapa informan.

Dengan berkembang pesatnya era digital, orang-orang menjadi lebih aktif dalam menggunakan media sosial, hal ini menjadi kesempatan bagi para penggemar K-Pop untuk mencari informasi yang mereka inginkan tentang hal-hal yang berbau dengan K-Pop, seperti menggunakan Instagram, Twitter, Facebook, Youtube dll. Seperti yang diungkapkan oleh GF, ia mengetahui update tentang K-Pop melalui Instagram.

Dalam motivasi intrinsik menurut Arif Rahman Hakim yaitu adanya dorongan yang muncul pada diri seseorang karena berfungsinya suatu motif di mana dalam melakukan suatu hal tidak perlu rangsangan dari luar. Pada penelitian ini seperti menyukai K-Pop karena lirik dari lagu K-Pop yang mempunyai arti mendalam, musiknya yang unik, video musiknya yang totalitas dan kreatif sehingga mampu menarik perhatian. Timbulnya hobi sebagai dampak dari menyukai K-Pop seperti hobi melihat setiap video, foto, tweets dan lainnya. Oleh karena itu tidak menutup kemungkinan adanya pengaruh dalam penggunaan pesan-pesan nonverbal seperti penggunaan simbol hati yang dibentuk dari ujung ibu jari dan telunjuk, dimana hal itu mereka lihat dari idola yang disukai menggunakan simbol tersebut. Adapula penggunaan pesan verbal seperti menulis komentar dalam bahasa Inggris atau Korea saat sang idola sedang siaran live di media sosial.

Pada motivasi ekstrinsik yaitu merupakan motif yang dipengaruhi karena adanya rangsangan dari luar¹⁰³, dalam penelitian ini terdapat pengaruh dari teman dan keluarga seperti RJ yang menyukai K-Pop karena melihat kakaknya yang menonton drama Korea sehingga ia menjadi tertarik dengan K-Pop, kemudian ada DP yang menyukai K-Pop karena ia melihat dari temannya yang sedang menonton video K-Pop dan mulai saat itu ia menjadi suka terhadap K-Pop.

Selain adanya motivasi intrinsik dan ekstrinsik, terdapat juga faktor minat, menurut Anna Rufaidah minat adalah antusiasme yang tinggi terhadap suatu hal. Dalam penelitian ini minat

terbesar dalam menyukai K-Pop karena lagunya yang menginspirasi, gampang diingat dan unik. Selain itu dari segi produksi atau pembuatan lagunya yang ditulis sendiri oleh sang idola, visualnya yang cantik dan tampan serta kualitas dari sisi performance-nya.

Terdapatnya perilaku konsumen seperti pembelian merchandise K-Pop yaitu poster, t-shirt, hoodie, photocard, tas, gantungan kunci dan yang lainnya. Konsumsi ini bukan untuk kebutuhan pokok semata, tetapi lebih kepada makna bahagia, nyaman, status serta modernitas. Hal ini, dapat memberi kesan yang berharga terhadap diri, sehingga dengan menggunakan barang-barang terkait K-Pop akan memberikan satu tanda identitas bahwa ia merupakan seorang penggemar K-Pop.

Perilaku penggunaan media sosial, rata-rata informan dalam penelitian ini menggunakan media sosial sebagai sarana mencari informasi tentang K-Pop, streaming atau untuk mendukung sang idola, seperti Instagram, Twitter, Telegram, Youtube dan juga platform untuk mendengarkan lagu salah satunya Spotify dan yang lainnya. Kegemaran mereka akan K-Pop dapat berimplikasi pada kesukaan mereka dengan mengikuti artis-artis K-Pop yang memang memiliki akun media sosial, selain mengikuti akun dari artis K-Pop beberapa informan juga mengikuti akun media sosial yang memberitakan informasi tentang dunia K-Pop.

Selain itu juga sebagai sarana untuk saling berkomunikasi dengan sesama penggemar K-Pop melalui akun fanbase yang diikuti. Sebagian santriwati mengakses K-Pop dari media massa di saat mereka merasa jenuh atau untuk menemani saat meneggrjakan tugas kuliah. Oleh karena itu, Alvin Tofler menggambarkan tiga gelombang peradaban pada manusia yang diakibatkan karena perubahan teknologi. Selain itu, terdapat pula pengaruh dari munculnya pola penyebaran informasi terhadap suasana kejiwaan pada setiap khalayak.

Budaya pop juga tidak lepas dari media massa. Tanpa adanya media massa budaya pop tidak akan tersebar dan bisa dinikmati oleh berbagai lapisan masyarakat. Sifat media massa yang bisa menjadi penghubung sebuah karya pop dengan masyarakat umum membuat budaya pop berkembang pesat hingga bisa populer. Media massa juga mempunyai peranan penting dalam menyosialisasikan nilai-nilai tertentu dalam masyarakat. Hal ini tampak dalam salah satu fungsi yang ada dalam media massa, seperti fungsi transmisi yang di mana media massa digunakan sebagai alat untuk mengirim warisan sosial seperti budaya. Menurut Dominick yang dikutip oleh Zuhrotul Hilaliyah dan Grendi Hendrastono, sebagai konsekuensi dan fungsi transmisi, media massa memiliki kemampuan untuk menjalankan peran ideologis dengan menampilkan nilai tertentu sehingga menjadi nilai yang dominan. Fungsi ini dikenal sebagai fungsi sosialisasi yang merujuk pada cara orang mengadopsi perilaku dan nilai dari sebuah kelompok. Seperti santriwati yang menikmati tayangan K-Pop melalui Youtube ataupun media massa lainnya.

Informan dalam penelitian ini memiliki banyak pengetahuan terhadap K-Pop. Cara mengekspresikan kesukaan mereka terhadap K-Pop tidak hanya dengan mengoleksi merchandise-nya saja tetapi juga mengoleksi lagu-lagunya melalui platform musik yang ada, mengoleksi video musiknya yang didapatkan dengan mendownload dan mengikuti media sosial dari idola yang mereka sukai untuk bisa update kegiatan yang dilakukan oleh sang idola.

Dalam penelitian ini juga memakai motif atau alasan khalayak menggunakan media dari McQuail, yaitu : 1) motif pengawasan, dalam hal ini beberapa santri atau mahasiswa menggunakan media untuk belajar atau memahami budaya lain salah satunya yaitu budaya Korea, disatu sisi mereka menyukai musik dan dramanya tetapi disisi lain hal ini menjadi wadah bagimereka untuk belajar dan mengetahui budaya Korea; 2) motif pengalihan, sebagai seorang santri sekalaigus mahasiswa kegiatan yang dilakukan dalam satu hari cukup padat, oleh karena

itu butuh adanya pengalihan atau hiburan salah satunya dengan mendengarkan musik, pada penelitian ini informan mendengarkan musik K-Pop sebagai salah satu cara untuk membangkitkan mood dan untuk menjadi penyemangat diri sendiri; 3) motif personal identitas, beberapa informan menggunakan musik K-Pop untuk menemani dalam mengerjakan tugas atau kegiatan yang lain; 4) motif hubungan personal, beberapa informan menggunakan media untuk bergabung dengan suatu fanbase sebagai sarana mencari informasi dari grup yang ia suka atau untuk berinteraksi dengan sesama penggemar dan saling bertukar informasi mengenai grup yang disukai.

Dalam budaya populer terkandung adanya aksi rekreatif dimana media sosial yang menjadi bagian dari budaya populer memiliki suasana yang kental akan rekreatif. Ashadi Siregar berpendapat media sosial seperti twitter serta instagram merupakan media rekreasi itu sendiri. Mengutip dari Dennis McQuail, bahwa terdapat tiga aspek yang penting pada pemakaian produk budaya, seperti harapan agar terlibat secara umum, selera masing-masing, serta pengalaman yang imajinatif untuk perwujudan kesenangan. Dengan media sosial, individu bisa menciptakan budayanya sendiri untuk dibagikan kepada orang lain, selain itu media sosial juga mempermudah seseorang untuk mendapat informasi serta menyebarkannya secara luas.

Media massa sudah menjadi bagian utama dalam arus komunikasi serta informasi antara khalayak modern, dalam hal ini mengakibatkan budaya populer yang mereka siarkan serta promosikan menjadi penghubung dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, akan semakin dijejali oleh film-film media serta citraan dalam budaya populer, seperti televisi, video, komputer, iklan, pusat perbelanjaan, taman hiburan, yang kesemuanya adalah bagian dalam kemasan tren yang mengarah pada budaya populer.

Disamping itu, menurut John Storey mengenai konsumsi pada budaya populer yang akan membentuk sebuah kelompok penggemar, ia menjelaskan bahwa penggemar merupakan hal yang paling nampak dalam audiens teks serta budaya pop. Hal ini juga termasuk atas konsumsi budaya populer Korea seperti musik atau yang biasanya disebut dengan K-Pop, dimana K-Pop ini sudah menciptakan penggemarnya di berbagai belahan dunia. Dengan K-Pop, mampu menciptakan sebuah dunia baru, nilai-nilai baru serta tren baru yang banyak diikuti orang.

D. Simpulan

Dari hasil penelitian di atas, mengenai motivasi dan perilaku penggemar K-Pop di Purwokerto (studi fenomenologi pada santriwati Pondok Pesantren Modern El-Fira), diperoleh kesimpulan bahwa adanya motivasi intrinsik dan ekstrinsik yang mempengaruhi dalam menggemari K-Pop. Pada motivasi intrinsik karena menyukai K-Pop karena lirik dari lagu K-Pop yang mempunyai arti mendalam, musiknya yang unik, video musiknya yang totalitas dan kreatif sehingga mampu menarik perhatian. Sedangkan dalam motivasi ekstrinsik, karena adanya faktor lingkungan seperti teman dan keluarga. Perilaku penggemar K-Pop yang ditunjukkan dalam penelitian ini seperti perilaku konsumsi yaitu pembelian koleksi atau merchandise K-Pop. Adapun juga perilaku penggunaan media, yaitu untuk mencari informasi terkait K-Pop, streaming lagu atau musik videonya, dan sarana untuk mendukung idola favorit. Dalam hal ini media sosial yang sering digunakan seperti Instagram, Twitter, Youtube, Telegram, dan Spotify, dengan hal-hal tersebut juga menjadi cara bagi para informan untuk mengeskpresikan kesukaannya terhadap K-Pop.

Daftar Pustaka

Absari, Aninsita “Identitas Sosial Penggemar K-Pop”, Skripsi. (Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim, 2013). Hlm.1. Diambi dari: https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=identitas+so+sial+penggemar+kpop&btnG=#d=gs_qabs&u=%23p%3DzCKcX_DsKjUJ

Aisyah, Siti, “Pengaruh Budaya Korea Populer di Media Sosial Terhadap Perilaku Keagamaan Islam Remaja Kota Tangerang Selatan”, Skripsi. (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, 2021). Hlm. 3. Diakses dari : https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=pengaruh+b+udaya+korea+populer+di+media+sosial+terhadap+perilaku+keagamaan+i+slam+remaja+kota+tangerang+selatan&btnG=#d=gs_qabs&u=%23p%3DXUe5RO_bFnQJ.

Ardia, Velda, “Drama Korea dan Budaya Populer”, Jurnal Ilmu Komuniasi, Vol.2, No.3, (Universitas Muhamadiyah Jakarta:2014). Hlm.14, Diakses dari : <https://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/LONTAR/article/view/337>.

Badrus, Mohammad, ”Faktor-Faktor Pribadi yang Mempengaruhi Perilaku Manusia”, Jurnal Tribakti, Vol.18, No.2, (2007). Diakses dari: https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=faktor+fakto+r+pribadi+yang+mempengaruhi++perilakumanusia&btnG=#d=gs_qabs&t=1653891931645&u=%23p%3DcNjwIFaMWUwJ.

Bali, Muhammad Mushfi Ek Iq “Perguruan Tinggi Islam Berbasis Pondok Pesantren, .Jurnal Manajemen Pendidikan Islam”, Vol. 1, No. 2. (2014). Hlm. 2-3. Dimbil dari: [pesantrenhttps://ejournal.unuja.ac.id/index.php/al-tanzim/article/view/109](https://ejournal.unuja.ac.id/index.php/al-tanzim/article/view/109).

Chaerunnisa, Syifa, “Kenapa K-Pop Begitu Digemari Banyak Orang?”, 17 Desember 2021, <https://www.ruangguru.com/blog/kpop>

Darmaji, Agus, “Kelas Mengengah Santri dan Proses Demokratisasi di Indonesia”, Jurnal Refleksi, Vol. 17, No. 1, (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta). Hlm. 13-14, diakses dari: <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/50754>.

Elvina, “Pengaruh Aktualisasi Diri dan Beban Kerja Terhadap Prestatsi Kerja Pegawai Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang Kabupaten Labuhanbatu Utara”, Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi (EBMA). Vol.

1, No. 1, (Fakulats Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu: 2020). Diakses dari: <https://jurnal.ulb.ac.id/index.php/ebma/article/view/1895>.

Fahmi, Muhammad “Mengenal Tipologi dan Kehidupan Pesantren, Jurnal Pendidikan dan Pranata Islam”, Vol. 6, No. 2. (2015). Hlm. 313-314. Diambil dari: <http://ejournal.kopertais4.or.id/madura/index.php/syaikhuna/article/view/3012>.

Farabi, Qoryna Noer Seyma El, “Motivasi Penggemar K-Pop sebagai CITIZE Author Menulis Fan Fiction”, Jurnal Ultimacomm”, Vol. 12, No. 1. (Universitas Indonesia: 2020). Hlm. 34. Diambil dari: <https://ejournals.umn.ac.id/index.php/FIKOM/article/view/1267>.

Fiardi, Muhammad Haris, “Peran Dakwahtainment Akun Channel Youtube Jeda Nulis Terhadap Pemuda Tersesat Oleh Habib Husein Ja’far”, Jurnal Riset Media dan Komunikasi, Vol. 3, No. 2, (UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta:2021). Hlm. 76. Diambil dari: <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/jrmdk/article/view/12891>.

Hakim, Arif Rahman, dkk, “Pembentukan Identitas Diri Pada KPopers The Building Of Self-Identity On KPopers”, Jurnal Psikologi, Vol. 4, No. 1, (Fakultas Psikologi UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Sekolah Pascasarjana Universitas Pancasila : 2021). Hlm. 28, diakses dari : https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=pembentukan+identitas+diri+pada+kpopers&btnG=#d=gs_qabs&t=1665631312882&u=%23p%3DgfwKhabuDG8J.

Hanif, Muh., “ Studi Media dan Budaya Populer Dalam Perspektif Modernisasi Dan Postmodernisme”, Jurnal Komunika, Vol. 5, No. 2, (Tarbiyah STAIN Purwokerto: 2011), hlm. -, diakses dari: https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=studi+media+dan+budaya+populer+dalam+peespektif+modernisasi+dan+postmodernisme&btnG=#d=gs_qabs&t=1669726448473&u=%23p%3DYKa3c0Ncr5UJ.

Hasan, Nanang dan Cindy Lestari, “Problematika Pendidikan Islam di Indonesia: Eksplorasi Teori Motivasi Abraham Maslow dan David McClelland”, Jurnal Pendidikan Islam, Vol.3, No.2, (Institut Agama Islam Negeri Pekalongan: 2018). Hlm. 188, Diakses dari : <http://ejournal.iainpekalongan.ac.id/index.php/edukasiaislamika/article/view/1687>

Hasanah, Ummul, Mery Kharismawati, “Penggunaan Budaya Pop Korea dalam Proses Pembelajaran Bahasa Korea bagi Mahasiswa dengan Gaya Belajar Campuran”, Jurnal Lingua Aplicata, Vol.3, No.1, (Universitas Gadjah

Mada: 2019). Hlm. 12, Diakses dari: <https://journal.ugm.ac.id/jla/article/view/52060>.

Hasbiansyah, O., “Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi”, Jurnal , Vol. , No. , (2008). Hlm. 164.

Hastika, Dea “Pengaruh Intensitas Mengakses Instagram Korean Pop Terhadap Perilaku Fanatisme Pada Mahasiswa Dirasat Islamiyah UIN Jakarta”, Skripsi. (Jakarta: Program

Studi Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah). Hlm.7-8. Diakses dari: https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=pengaruh+intensitas+mengakses+instagram+korwan+pop+terhadap+perilaku+fanatis+me+pada+mahasiswa+dirasal+islamiyah+uin+jakarta&btnG=#d=gs_qabs&u=%23p%3Dxf_109Zn-oEJ.

Hendrawan, Josia Sanchaya, Hani Sirine, “Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Brwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB UKSW Konsentrasi Kewirausahaan)”. *Asian Journal of Innovation and Enterpreunership*, Vol. 2, No. 03, (FEB UKSW Salatiga: 2017), hlm. 298, diakses dari: https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=pengaruh+sikap+mandiri%2C+motivasi%2C+pengetahuan+kewirausahaan&btnG=#d=gs_qabs&t=1655346285962&u=%23p%3Dhiwhgr--tLMJ.

Hilaliyah, Zuhrotul dan Grendi Hendrastono, “Fenomena K-Pop Sebagai Budaya Populer Di Kalangan Santriwati Di Pondok Pesantren Al Barokah Yogyakarta, *Jurnal Pendidikan Sosiologi*.

<http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/7289>.

Humaizi, *Uses And Gratification Theory*, (Medan: USU Press 2018). Hlm. 34-35. Irmanto, Vania Rosalin dan Fandy Tjiptono, “ Motivasi dan Perilaku Penggemar K-Pop di Daerah Istimewa Yogyakarta”, *Jurnal Modus*, Volume 23, No.I. (2013). Hlm.2. Diambil dari: <https://ojs.uajy.ac.id/index.php/modus/article/view/544>

Ishaq, Roping el, Prima Ayu Rizqi Maharani, “Media Sosial, Ruang Publi, dan Budaya Pop”, *Jurnal Of Communication*, Vol.3, No.1, (Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN ediri:2018). Hlm. 23-25, Diakses dari: https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=media+sosial+ruang+publik+dan+budaya+pop&btnG=#d=gs_qabs&t=1653892250761&u=%23p%3DqhdIMDk9E0gJ.

Iskandar, Putri Zafira, Dinda Amanda Zuliestiana, “Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Album Musik dan Merchandise K-Pop (Studi Pada Penggemar Musik K-Pop). *Jurnal eProceedings Of*

Managrment, Vol. 8, No. 3, (Universitas Telkom, Bandun : 2021). Hlm. -. Diakses dari : <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/14930>.

Istiqomah, Annisa, Delfiyan Widiyanto, “Ancaman Budaya Pop (Culture) Terhadap Penguatan Identitas Nasional Masyarakat Urban”, *Jurnal Kalacakra*, Vol.01, No.01, (Universitas Negeri Yogyakarta dan Universitas Tidar: 2020). Hlm.20,

Diakses dari: https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=ancaman+budaya+pop+%28culture%29+terhadap+identitas+nasional+masyarakat+urban&btnG=#d=gs_qabs&t=1653892408346&u=%23p%3D2H8K5z5i2ow J.

Jalaludin Rakhmat, Psikologi Komunikasi, (PT Remaja Rosdakarya : Bandung, 2015).

Karunia Hans, Nauvaliana Ashri, dkk, “Fenomena Penggunaan Media: Studi Pada Teori Use and Gratification”, Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis, Vol. 3, No. 1. (Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik: 2021), hlm. 94.

Khotimah, Nurul, “Budaya Populer dalam Perspektif Komunikasi Lintas Budaya”, Jurnal Iqtida, vol. 1, No. 1, (IAIN Purwokerto: 2021). Hlm. 53, diakses dari: <https://e-journal.iainpekalongan.ac.id/index.php/iqtida/article/view/3644>.

Kustiawan, Winda, dkk, “Komunikasi Massa”, Jurnal Analytical Islamica, Vol. 11, No. 1, (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara: 2022), hlm. 2-3, diakses dari: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/analytica/article/view/11923>.

Lestari, Winda Ayu, “Motif dan Kepuasan Khalayak Penggemar Budaya Koren Pop (KPop) Dalam Penggunaan Media Online Coppamagz”, Skripsi, (Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Jakarta: 2022). Hlm. 27-36, diakses dari: <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/59729>.

Mendari, Anastasia Sri, “Aplikasi Teori Hierarki Kebutuhan Maslow dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Mahasiswa”, Jurnal Ilmiah Widya Warta, Vol. , No. , (STIE Musi Palembang:). Hlm. 8-11, diakses dari: <http://portal.widyamandala.ac.id/jurnal/index.php/warta/article/view/129>.

