

**Gaya Hidup Penggemar *K-Pop* (Budaya Korea) Dalam Mengekspresikan  
Kehidupannya Studi Kasus *K-Pop Lovers* Di Surakarta**

**The Lifestyle Of The *K-Pop Lovers* (Korean Culture) In Expressing TheirLife  
Case Study Of The *K-Pop Lovers* In Surakarta**

**Wulan Puspitasari<sup>a</sup>, Yosafat Hermawan<sup>b</sup>**

<sup>a</sup> Pendidikan Sosiologi-Antropologi FKIP UNS, Email: woody\_piidyrita@yahoo.co.id

<sup>b</sup> Pendidikan Sosiologi-Antropologi FKIP UNS, Email: yos\_ht@yahoo.com

**ABSTRACT**-This research aims to: (1) identify the characteristics of *K-Pop* fans in Surakarta; (2) identify the factors that encourage fans idolized *K-Pop*; and (3) describe how fans in expressing their penchant for *K-Pop*. This research uses qualitative methods. This method was chosen because of the qualitative research can describe objects is based on the holistic based on the social reality which is occurred real life. Type of this research is a case study of stake, because this research was to study, explain or interpret a case (case) in context naturally, without any intervention from outside parties. Source data obtained from studies library, event or activity, place or location, the informant *K-Poplovers* who joined in community UKLI (United *K-PopLovers* Indonesia) District Solo and documents (archives). Data collection techniques used are interviews, direct observation, and analysis of documents. The validity of the data obtained through triangulation triangulation of data or resources. Data analysis techniques used in this research, a model analysis of the interactive (interactive model of analysis) which includes 4 components namely (1) data collection, (2) reduction of data, (3) presentation of data, (4) the withdrawal of the conclusion.

Based on the results of research it can be concluded that *K-Poplovers* at UKLI (United *K-PopLovers* Indonesia) District of Solo are mostly teenager who still study both in junior high school and College and they have their own Koreaname. They choose *K-Pop* as their idol, for the fans in terms of vocal and dancing abilities as well as in terms of their physical. Behavior or activity typical of fans in expressing to the *K-Pop* craze manifested through the high intensity of the hear music and watch music videos boy band and their idol girlband, collectibles (CD of original music, songs, videos, merchandise from boyband and a girlband *K-Pop* jackets, t-shirts, hats, posters, etc.), with enthusiasts through the expression community join in Solo District, following UKLI *K-fest*, *K-Pop* concert.

**Key Words:** *K-Pop, life style, cultural studies.*

## A. PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman, teknologi masa kini juga semakin berkembang pula terutama di zaman globalisasi ini. Globalisasi membuat interaksi antar seluruh warga dunia menjadi bebas dan terbuka seolah-olah batas-batas suatu negara menjadi sempit dan salah satu dampak dari globalisasi yakni perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi ini pun tampaknya semakin memudahkan kita dalam berbagai bidang terlebih dalam bidang telekomunikasi. Kita dapat dengan mudah dan cepat dalam memperoleh berbagai informasi baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri. Hal ini membuat seakan-akan sudah tidak ada batasan-batasan dalam berbagi informasi diantara sesama manusia.

Tidak hanya berbagai informasi yang dapat disebarkan dengan cepat melalui hadirnya berbagai teknologi telekomunikasi yang mutakhir tersebut, budayapun dapat dengan mudah disebarkan keseluruh dunia. Hal ini berkaitan dengan globalisasi budaya dimana pernyataan ini dapat dikatakan sebagai suatu gejala tersebarnya nilai-nilai dan budaya tertentu dari suatu negara keseluruh dunia sehingga menjadi budaya dunia atau *world culture*.

Kehidupan masyarakat modern antara lain ditandai oleh tingginya lalu lintas budaya antar negara yang didukung oleh kecanggihan teknologi informasi dan peran media massa. Berbagai pilihan budaya yang ditawarkan pun telah jauh melampaui dimensi fisik (geografis) dan mental manusia diseluruh dunia. Kebudayaan masyarakat modern tersusun dari berbagai unsur yang saling tumpang tindih melampaui batas-batas geopolitis. Kebudayaan pun dipahami sebagai proses pertukaran, pinjam-meminjam, dan pengaruh-memengaruhi dalam sejarah yang kompleks. Raymond Williams berpendapat bahwa budaya (*culture*) merupakan salah satu kata paling rumit dalam khasanah bahasa Inggris karena ia dipakai untuk beberapa konsep penting pada disiplin intelektual dan sistem pemikiran yang berbeda. Salah satu batasan budaya menurut Williams adalah budaya sebagai “suatu jalan hidup spesifik yang dianut baik oleh orang, periode, maupun oleh sebuah

kelompok tertentu dalam masyarakat” (Raymond Williams dalam Hikmat Budiman, 2002: 103-104). Berdasarkan batasan tersebut, budaya dapat didefinisikan sebagai jalan spesifik yang dianut sekelompok tertentu dalam suatu masyarakat. Misal, kebiasaan spesifik yang dianut anak-anak muda yang sebelumnya tidak dikenal oleh generasi tua suatu masyarakat tertentu bisa disebut sebagai budaya, seperti budayamenggemarimusik Korea.

Teknologi informasi dan peran serta media mendorong munculnya budaya-budaya yang disukai oleh banyak orang di seluruh dunia. “Budaya yang disukai secara luas oleh banyak orang” disebut budaya populer, budaya pop/*popular culture*, atau budaya massa/*mass culture* (John Storey, 1994). Budaya ini mencakup seluruh praktik kehidupan sehari-hari, mulai dari memasak, gaya berpakaian, olahraga, dunia hiburan, dll. Pada awalnya kajian tentang budaya populer tidak bisa dilepaskan dari peran Amerika Serikat dalam memproduksi dan menyebarkan budaya populer. Negara itu telah menanamkan akar yang sangat kuat dalam industri budaya populer, antara lain melalui Music Television (MTV), McDonald, Hollywood, dan industri animasi mereka (Walt Disney, Looney Toones, dll). Namun, perkembangan selanjutnya memunculkan negara-negara lain yang juga berhasil menjadi pusat budaya populer seperti Jepang, Korea Selatan, Hongkong, dan Taiwan.

Salah satu budaya yang tengah mempengaruhi berbagai negara adalah budaya pop Korea atau yang lebih dikenal dengan sebutan *K-pop/Hallyu Wave/Korean Wave*. Fenomena *Hallyu* yang berarti *Korean Wave* atau Demam Korea mengacu pada popularitas budaya Korea di luar negeri dan menawarkan hiburan Korea yang terbaru yang mencakup film dan drama, musik pop, animasi, games dan sejenisnya. Indonesiapun terikut imbas penyebaran budaya ini terutama dikarenakan Indonesia yang merupakan negara berkembang yang mudah dipengaruhi oleh negara-negara maju. Penyebaran budaya pop Korea ini juga terbantuan dengan berbagai media massa yang giat memperkenalkan budaya tersebut dan salah satu media massa yang intensif dalam menyebarkan budaya ini adalah internet dan televisi. Hampir setiap

hari kita dapat menonton acara-acara yang berhubungan dengan budaya pop Korea ini di hampir seluruh stasiun televisi.

Menurut John Storey, konsumsi atas suatu budaya populer akan selalu memunculkan adanya kelompok penggemar, bahwa “penggemar adalah bagian paling tampak dari khalayak teks dan praktik budaya pop” (John Storey, 2006:157). Sementara Henry Jenkins memandang aktivitas pembacaan yang dilakukan penggemar adalah sebuah pengembangan “tindakan berburu menjadi sebuah seni” (Storey, 2006:162). Penggemar digambarkan oleh Jenkins sebagai individu yang tengah melakukan sebuah perburuan makna atas suatu produk budaya dimana pemaknaan tersebut adalah sebuah tindakan bebas yang melibatkan intelektual dan emosinya. Ia menolak anggapan bahwa makna dikendalikan oleh produsen atau dunia industri. Manusia memiliki hasrat untuk mencari dan memaknai budaya dalam rangka membentuk identitas dirinya dan penggemar adalah orang-orang yang menarik suatu produk budaya agar bisa memilikinya secara penuh lalu mengintegrasikannya pada kehidupan sehari-hari mereka.

Menurut Jenkins, dalam Storey teks ditarik mendekat bukan agar penggemar bisa dimiliki olehnya melainkan sebaliknya agar penggemar bisa lebih penuh memilikinya. Hanya dengan mengintegrasikan isi media kembali dalam kehidupan sehari-hari mereka, hanya dengan keterlibatan yang karib dengan makna dan materinya, para penggemar bisa mengkonsumsi fiksi dan menjadikannya sebagai sumber daya yang aktif (Jenkins, dalam Storey, 2006:163).

Para penggemar memiliki intensitas keterlibatan intelektual dan emosional serta memberi makna pada pembacaannya atas suatu produk budaya. Konsumsi budaya berkaitan dengan pemaknaan individu akan pola yang ingin ia bentuk sebagai identitas diri, dan di tengah padatnya lalu lintas budaya saat ini, beredar berbagai gaya hidup yang diyakini mampu memberikan suatu identitas diri tertentu. Diri sebagai salah satu bentuk keberadaan manusia memerlukan berbagai atribut yang akan membuat diri tersebut menjadi dikenali oleh orang lain. Upaya ini terutama dilakukan melalui gaya hidup yang mampu memberikan suatu identitas bagi diri.

Manusia pun senantiasa melakukan perburuan identitas melalui berbagai gaya hidup yang ada. Maka, pilihan seseorang atas suatu produk budaya akan termanifestasi dalam gaya hidup. Gaya hidup merupakan pola yang diyakini sebagai pembentuk identitas diri seseorang. “Gaya hidup sebagai cara hidup mencakup sekumpulan kebiasaan, pandangan, dan pola-pola respon terhadap hidup, serta terutama perlengkapan untuk hidup” (Bagus Takwin, 2006).

Konsumsi atas budaya populer Korea berupa musik (*K-pop*) juga telah melahirkan penggemar-penggemarnya di seluruh dunia yang biasa disebut *K-pop Lovers*. *K-pop* mampu membentuk sebuah dunia baru, menghasilkan nilai-nilai baru, dan juga melahirkan *trend* baru yang diikuti oleh banyak orang. Di Indonesia, ada banyak perkumpulan pecinta *K-pop* yang menamakan dirinya sebagai UKLI (United *K-pop* Lover Indonesia). UKLI telah hadir di Jakarta, Bandung, Malang, Semarang, Balikpapan, Medan, Makasar, dan di kota-kota besar di Indonesia. Tak terkecuali di Kota Solo.

Bertolak dari uraian di atas, peneliti tertarik untuk mengkaji bagaimana gaya hidup penggemar *K-pop*, khususnya di anggota UKLI Distrik Solo. Seperti diungkapkan oleh Henry Jenkis di atas, bahwa penggemar adalah orang-orang yang menarik suatu produk budaya agar bisa memilikinya secara penuh lalu mengintegrasikannya pada kehidupan sehari-hari mereka. Tindakan remaja mengkonsumsi *K-pop* tentunya didasari oleh pilihan dan kesadaran, ada pemaknaan pribadi dibalik pilihan tersebut. *K-pop* sebagai perlengkapan hidup yang digunakan penggemarnya akan menyediakan pengalaman-pengalaman pribadi dan pengetahuan mengenai keduanya dapat menjadi modal budaya yang akan mempengaruhi gaya hidup penggemarnya.

## **B. METODE**

Dalam penelitian ini, menggunakan pendekatan kualitatif karena peneliti dapat menggambarkan objek penelitian secara holistik berdasarkan realitas sosial yang ada di lapangan. Jenis penelitian ini adalah studi kasus terpancang. Studi

kasus adalah suatu pendekatan untuk mempelajari, menerangkan atau menginterpretasikan suatu kasus (case) dalam konteksnya secara natural, tanpa adanya intervensi dari pihak luar. Hal ini dapat dilakukan atau dapat dicapai dengan menggunakan metode wawancara, pengamatan, telaah dokumen atau survei. Penelitian ini menggunakan jenis data yaitu data primer dan data sekunder untuk menjawab rumusan masalah yang peneliti ajukan dalam penelitian ini. Data primer adalah data verbal yakni hasil wawancara yang dapat diperoleh langsung dari lapangan atau tempat penelitian. Data sekunder adalah data-data yang didapat dari sumber bacaan dan berbagai macam sumber lainnya berupa majalah, buletin, publikasi dari berbagai organisasi, hasil survei, studi historis, dan sebagainya. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik wawancara semiterstruktur/mendalam (*in-depth interview*), teknik pengamatan langsung dan teknik analisis dokumen. Dalam penelitian ini, validitas data diperoleh melalui model triangulasi sumber dan menggunakan bahan referensi guna mendukung data yang telah terkumpul agar dapat diuji kebenarannya.

### **C. PEMBAHASAN**

#### ***I. Penggemar K-Pop***

Dari pemaparan diatas dijelaskan bahwa peminat UKLI kebanyakan adalah anak sekolah (SMP, SMA) dan anak kuliah. Sedangkan untuk karakteristik khusus anggota UKLI adalah dilihat dari member ID yang mereka milik. Untuk penampilan anggota UKLI ini berpakaian bisaa seperti kebanyakan orang pada umumnya, tapi bisaanya mereka penggemar *K-Pop* memakai jaket, kaos, atau aksesoris lainnya yang berhubungan dengan boyband dan girlband idola mereka.

Secara spesifik tidak ada karakteristik khusus dalam segi penampilan dari penggemar *K-Pop*, tetapi dalam hal kegemaran mereka memiliki minat yang besar terhadap *K-Pop*. Terlihat dari minat mereka yang sama terhadap *K-Pop*, jadi ketika mereka berkumpul mereka tidak akan berhenti menceritakan idolanya. Saling bertukar informasi, bertukar koleksi musik, koleksi musik video, dan bertukar gosip tentang idola mereka. Dari segi penampilan tidak begitu menonjol

karakteristik mereka karena memang berbeda-beda, ada yang memakai jilbab, ada yang berambut pendek, ada juga yang mereka mengenakan baju yang bermodel ala Korea.

Gaya hidup merupakan sebuah pola yang dilakukan secara berulang-ulang dan dilakukan oleh banyak orang. Gaya hidup tidaklah bersifat personal, ia memiliki massa (pengikut), jika sebuah gaya hidup hanya dilakukan oleh satu orang maka akan menjadi sebuah keanehan dan tidak lazim. Selain itu, gaya hidup memiliki daur hidup (life-cycle), sebuah gaya hidup memiliki masa lahir, tumbuh, puncak, surut, dan mati. Apa yang menjadi trend gaya hidup saat ini mungkin saja beberapa tahun ke depan sudah mulai ditinggalkan, lalu lahir kembali menjadi tren gaya hidup di tahun-tahun mendatang.

## 2. *K-Pop* sebagai Idola

Penggemar memilih *K-Pop* karena mempunyai penampilan yang dianggap unik dan menarik. Mulai dari suara yang bagus, pembagian suara yang pas sehingga untuk pendengarnya merasa terhibur, lalu gerakan tarian yang sempurna, gerakan yang energik, gerakan tarian baru yang unik, gerakan yang sangat rapi dari awal hingga akhir, sampai gaya dandan mereka yang mencirikan anak muda.

Budaya pop yang diproduksi secara massa untuk pasar massa dan dipublikasikan melalui media massa yang di dalamnya bersembunyi kepentingan-kepentingan kaum kapitalis maupun pemerintah disebut budaya massa. Pertumbuhan budaya ini berarti memberi ruang yang makin sempit bagi segala jenis kebudayaan yang tidak dapat menghasilkan uang, yang tidak dapat diproduksi secara massa.

Media massa mempunyai peranan penting dalam menyosialisasikan nilai-nilai tertentu dalam masyarakat. Hal ini tampak dalam salah satu fungsi yang dijalankan media massa, yaitu fungsi transmisi, dimana media massa digunakan sebagai alat untuk mengirim warisan sosial seperti budaya. Melalui fungsi transmisi, media dapat mewariskan norma dan nilai tertentu dari suatu masyarakat ke masyarakat lain.

### 3. Ekspresi dan Gaya Hidup Penggemar *K-Pop*

Penggemar yang bergabung dalam komunitas penggemar dan memiliki pengetahuan yang lebih banyak. Mereka tidak hanya mengoleksi lagu, CD original, dan poster. Sebagian dari informan ini mengaku mengoleksi baju, jaket, topi yang bisa mengidentifikasi mereka bahwa mereka penggemar boyband dan girlband tertentu. Dari semua informan mereka mengaku memiliki koleksi musik video yang berjumlah ratusan yang mereka dapatkan dari mendownload. Mereka juga memiliki koleksi lagu-lagu terbaru yang tengah populer di Korea, mereka seringkali menjadi rujukan bagi teman-temannya mengenai lagu-lagu terbaru. Dan bagi mereka yang hobi mengoleksi CD original, jaket, kaos, dan atribude idola mereka harus mengeluarkan uang lebih karena berharga cukup mahal, yaitu rata-rata berharga ratusan ribu rupiah.

Konsep kapitalisme menyebabkan kita memiliki kebutuhan palsu. Pada dasarnya, manusia memiliki kebutuhan sejati untuk bersikap kreatif, lepas dan mandiri, menentukan nasibnya sendiri, berpartisipasi penuh sebagai anggota kelompok kolektif yang bermaknadan demokratis serta sanggup menjalani hidup bebas dan tanpa kekangan serta berpikir untuk diri sendiri. Oleh karena itu, konsep ini didasarkan pada pernyataan bahwa kebutuhan sejati tidak dapat direalisasikan dalam kapitalisme modern karena adanya kebutuhan-kebutuhan palsu yang baru dilahirkan sistem ini supaya dapat bertahan.

## **D. KESIMPULAN**

1. Penggemar *K-pop* di UKLI (*United K-Pop Lovers Indonesia*) Distrik Solo kebanyakan adalah anak sekolah (SMP, SMA) dan anak kuliah. Sedangkan untuk karakteristik khusus anggota UKLI adalah dilihat dari member ID yang mereka miliki. Untuk penampilan anggota UKLI ini berpakaian biasa seperti kebanyakan orang pada umumnya, tapi biasanya mereka penggemar *K-Pop* memakai jaket, kaos, atau aksesoris lainnya yang berlogokan dengan simbol boyband dan girlband idola mereka.



2. Memilih *K-Pop* sebagai idola, bagi penggemar dari segi kemampuan vokal, tarian, dan juga wajah yang khas dari Korea. Bagi mereka, *K-pop* mampu menghadirkan gaya tersendiri dengan pelafalan yang khas dan gerakan tarian yang energik dan berbeda dengan yang lain, sehingga *K-Pop* merupakan hiburan segar bagi penggemarnya. Selain itu, penampilan dari *K-Pop* totalitas dari segala aspek.
3. Ekspresi dan gaya hidup penggemar *K-Pop*, beberapa perilaku atau aktivitas khas penggemar dalam mengekspresikan kegemaran terhadap *K-pop* terwujud melalui tingginya intensitas mendengar musik dan menonton musik video boyband dan girlband idola mereka, barang koleksi (CD original, lagu, musik video, merchandisedari boyband dan girlband *K-Pop* berupa jaket, kaos, topi, poster, dll), berekspresi melalui komunitas penggemar dengan bergabung dalam UKLI Distrik Solo, mengikuti *K-fest*, menonton konser *K-Pop*.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Alfathri Adlin, dkk. 2006. *Resistensi dan Gaya Hidup*. Yogyakarta: Jalasutra
- Adorno, Theodor W. 1991. *The Culture Industry*. London: Routledge
- Chaney, David. 2003. *Life Styles: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Haryatmoko. 2003. *Menyingkap Kepalsuan Budaya Penguasa, Majalah Basis edisi November-Desember 2003. Edisi Khusus Pierre Bourdieu*. Yogyakarta: Yayasan BP Basis
- Hikmat Budiman. 2002. *Lubang Hitam Kebudayaan*. Yogyakarta: Kanisius
- Koentjaraningrat. 2000. *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: Rineka Cipta

- Kompas. 2003. Di ambil pada tanggal 12 Desember 2013 pukul 21.11 WIB di alamat:  
<http://www.opensubscriber.com/message/forumpembacakompas@yahoogroups.com/7500589.html>.
- Korean Culture and Information Service. 2011. *K-POP: A new force in pop music*. Korea: Ministry of culture, sports and tourism
- Moleong, Lexy J. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : P.T Rosdakarya
- Mulyanta Edi S . 2005. *Kupas Tuntas Telepon Selular Anda* . Yogyakarta: ANDI.
- Pemkot Solo. 2013. Di akses pada tanggal 05 Maret 2013 pukul 22.00 WIB diAlamat website: <http://surakarta.go.id/konten/selayang-pandang>
- Ritzer, Goerge and Douglas J. Goodman. 2009. *Teori Sosiologi Klasik sampai Perkembangan Mutakhir Teori Sosial Post modern* . Yogyakarta: Kreasi wacana.
- Spradley, James P. 1997. *Metode Etnografi*. Yogyakarta: Tiara Wacana
- Storey, John. Rahmawati laily (pen.).2006. *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop: Pengantar Komprehensif Teori dan Metode*. Yogyakarta: Jalasutra
- Strinati, Dominic. 2007. *Pop Cultural*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media
- Sugiyono, 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sutopo, HB. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta : UNS Press.
- Takwin Bagus. 2006. *Resistensi Gaya hidup: Teori dan Realitas* . (ed Alfathri Adlin). Yogyakarta: Jalasutra.