

**KOMUNITAS K-POPERS PEKANBARU
(STUDI TENTANG PEMBENTUKAN KELOMPOK SOSIAL)**

Eriska Rena

E-mail: eriskarena@gmail.com

Pembimbing : Prof. DR. H. Yusmar Yusuf, M.Psi

**Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau
Kampus Bina Widya Jl. H.R. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru
28293-
Telp/Fax. 0761-63277**

ABSTRAK

Proses globalisasi membawa masuk virus *Korean Wave* ke Pekanbaru dan menyebabkan munculnya banyak penikmat budaya Korea tersebut terutama dari kalangan anak muda. Hal ini juga menimbulkan kesadaran oleh beberapa anak muda untuk mendirikan suatu komunitas bernama Komunitas K-Popers Pekanbaru yang bertujuan sebagai wadah perkumpulan para penggemar dan tempat untuk melatih bakat para anggotanya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor terbentuknya komunitas dan proses interaksi sosial yang terjadi baik antara anggota maupun dengan komunitas lainnya. Metode penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif karena topik penelitian yang sukar untuk diukur dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan penelusuran data online. Informan terdiri dari 5 orang anggota tetap komunitas yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan memenuhi beberapa kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Melalui penelitian ini didapat kesimpulan bahwa faktor 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. Interaksi sosial yang terjadi dalam komunitas ini timbul setelah terpenuhinya syarat interaksi sosial yaitu kontak sosial yang sebaikan besar dilakukan secara tidak langsung dengan menggunakan media TV dan internet lalu komunikasi sosial yang bertujuan untuk menyampaikan pesan-pesan dan informasi yang berkaitan dengan K-Pop tersebut.

Kata Kunci : kelompok sosial, komunitas, interaksi sosial, k-popers

**COMMUNITY OF K-POPERS PEKANBARU
(Study on Social Group Development)**

Eriska Rena

E-mail: eriskarena@gmail.com

Counselor: Prof. Dr. H. Yusmar Yusuf, M.Psi

**Major of Sociology Faculty of Social Political Science
University of Riau**

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

ABSTRACT

Globalization brought the Korean Wave virus into Pekanbaru and caused emergences many Korean culture lovers, especially among young people. This also raises awareness by some young people to establish a community called Komunitas K-Popers Pekanbaru which aims as a forum for gathering of fans and a place to train the talents of its members. This study aims to determine the factors of community formation and social interaction processes that occur both between members and with other communities. The research method used qualitative research because the topic is difficult to be measured by data collection techniques through interviews, observation and online data tracking. Informant consists of 5 permanent members of the selected community using purposive sampling technique by meeting several criteria determined by the researcher. Through this research, it is concluded that the formation of K-Popers Pekanbaru Community because of the similarity of interest in K-Pop culture, as a media for sharing and exchanging information also to become a place for K-Popers to practice and develop their dance cover hobby . The social interaction that occurs in this community arises after the fulfillment of social interaction requirement that is social contact that most of them done indirectly by using TV and internet media and social communication which aims to convey messages and information relating to K-Pop.

Keyword: Social groups, communities, social interactions, k-popers

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunitas K-Popers Pekanbaru merupakan sebuah komunitas perkumpulan para pecinta musik K-Pop di wilayah Pekanbaru. Komunitas yang resmi didirikan pada 10 februari 2012 ini terdiri dari berbagai *fandom*, misalnya *E.L.F* (sebutan untuk fans *Super Junior*), *Shawol* (sebutan untuk fans *SHINee*), *EXO-Stand* (sebutan untuk fans *EXO*), *SONE* (sebutan untuk fans *Girls Generation*), *Inspirit* (sebutan untuk fans *Infinite*), *V.I.P* (sebutan untuk fans *Big Bang*), *Black Jack* (sebutan untuk fans *2NE1*), dan lain sebagainya.

Sejak berdirinya komunitas K-Popers Pekanbaru sampai dengan sekarang, komunitas ini telah melakukan beberapa kegiatan yang seperti *1st Mini Gathering K-Popers Pekanbaru* pada tanggal 10 februari 2012 yang bertempat di Cafe Chocolate kemudian *1st Hangout With K-Popers Pekanbaru* pada tanggal 28 April 2013 yang bertempat di Bandar Serai Pekanbaru, lalu K-Popers Pekanbaru berbagi, yang mana acara tersebut diadakan untuk membantu sesama kita dengan melakukan penggalangan dana dan pakaian layak pakai untuk diberikan kepada beberapa panti asuhan di Pekanbaru, dan *2nd Gathering K-Popers Pekanbaru* yang diadakan pada 9 Februari 2014 lalu.

Berdasarkan penjelasan fenomena diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang bagaimana komunitas K-Popers di Pekanbaru ini terbentuk, khususnya kelompok K-Popers Pekanbaru dan bagaimana proses sosial yang terjadi dalam komunitas tersebut. Untuk itu penulis memberi judul tulisannya "Komunitas K-Popers Pekanbaru (Studi Tentang Pembentukan Kelompok Sosial)".

1.2 Rumusan Masalah

1. Apa penyebab terbentuknya komunitas K-Popers Pekanbaru ?
2. Bagaimana interaksi sosial yang terjadi diantara anggota K-Popers Pekanbaru?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apa-apa saja faktor penyebab terbentuknya komunitas K-Popers di Pekanbaru
2. Untuk mengetahui bagaimana interaksi sosial yang terjadi diantara anggota K-Popers di Pekanbaru.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Menambah pengetahuan peneliti sendiri tentang komunitas K-popers Pekanbaru dalam bidang kajian Sosiologi.
2. Sebagai bahan masukan / perbandingan bagi peneliti lain yang berminat pada permasalahan ini.
3. Sebagai wahana untuk menambah khasanah tentang keberadaan komunitas K-popers di kota Pekanbaru.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kelompok Sosial

Dalam buku *Sociology An Introduction*. Joseph S. Roucek dan Roland L. Warren (1984), menyatakan bahwa satu kelompok meliputi dua atau lebih manusia yang diantara mereka terdapat pola interaksi yang dapat dipahami oleh para anggotanya atau orang lain secara keseluruhan. Wila Hulky (1982) menjelaskan beberapa ciri dasar dari suatu kelompok, (Abdulsyani, 1994:99), yaitu :

- Kelompok selalu terdiri dari paling sedikit dua orang atau lebih dan terus bertambah menjadi lebih dari itu.
- Ada saling interaksi dan komunikasi antar anggota kelompok.
- Memiliki minat dan kepentingan yang sama.

2.2 Community

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

Unsur-unsur perasaan komuniti (*community sentiment*), (Soekanto, 2010:134), antara lain sebagai berikut :

- Seperasaan
- Sepenanggungan
- Saling Memerlukan

2.3 Proses Terbentuknya Kelompok Sosial

Manusia baru dapat dikatakan sebagai kelompok sosial apabila memenuhi persyaratan menurut Soerjono Soekanto, (Syahrial Syarbaini, dkk, 2009:41), sebagai berikut :

- Setiap anggota kelompok tersebut harus sadar bahwa dia merupakan sebagian dari kelompok yang bersangkutan.
- Adanya hubungan timbal balik antara anggota yang satu dengan anggota yang lainnya.
- Adanya kesamaan dalam beberapa hal seperti nasib, kepentingan, tujuan, ideologi politik dan lain-lain.
- Berstruktur, berkaidah dan mempunyai pola perilaku.

2.4 Teori Interaksionisme Simbolik

Menurut Mead (dalam Soekanto, 2010:8) manusia mempunyai kemampuan untuk berinteraksi dengan pihak-pihak lain dengan perantaraan lambang-lambang tertentu yang dimiliki bersama. Melalui lambang tersebut, maka manusia memberikan arti pada kegiatan-kegiatannya. Mereka dapat menafsirkan keadaan dan perilaku dengan mempergunakan lambang-lambang tersebut. Mead juga menyatakan bahwa lambang-lambang, terutama bahasa tidak hanya merupakan sarana untuk mengadakan komunikasi antar pribadi, tetapi juga untuk berpikir.

2.5 Interaksi Sosial

Interaksi sosial merupakan hubungan-hubungan sosial yang dinamis yang menyangkut hubungan antara orang-perorangan dengan kelompok manusia. Terdapat empat faktor yang mendasari suatu proses interaksi sosial, yaitu:

- Imitasi, adalah suatu proses kognisi untuk melakukan tindakan maupun aksi seperti yang dilakukan oleh model dengan melibatkan alat indera sebagai penerima rangsang dan pemasangan kemampuan persepsi untuk mengolah informasi dari rangsang dengan kemampuan aksi untuk melakukan gerakan motorik.
 - Sugesti, yaitu adalah rangsangan, pengaruh, stimulus yang diberikan seorang individu kepada individu lain sehingga orang yang diberi sugesti menuruti atau melaksanakan tanpa berpikir kritis dan rasional.
 - Identifikasi, yaitu keinginan sama atau identik bahkan serupa dengan orang lain yang ditiru (idolanya).
 - Simpati, yaitu adalah ketertarikan seseorang kepada orang lain hingga mampu merasakan perasaan orang lain tersebut.
 - Empati yaitu proses kejiwaan seorang individu yang larut dalam perasaan orang lain baik suka maupun duka dan seolah-olah merasakan ataupun mengalami apa yang dirasakan atau dialami oleh orang tersebut. Empati merupakan lanjutan dari sikap simpati, yaitu perbuatan nyata untuk mewujudkan rasa simpatinya.
 - Motivasi yaitu rangsangan pengaruh yang diberikan antar masyarakat sehinggalah orang yang diberikan motivasi menuruti atau melaksanakan apa yang dimotivasikan secara kritis dan penuh rasa tanggung jawab.
- Menurut Soerjono Soekanto, interaksi sosial tidak mungkin terjadi tanpa adanya dua syarat, yaitu :
- Kontak Sosial.
 - Komunikasi

2.6 Konsep Operasional

1. Komunitas, adalah sekelompok orang yang hidup bersama yang saling bekerja sama dan memiliki tujuan bersama dalam komunitas K-Popers Pekanbaru.

2. K-Popers, adalah seseorang atau sekelompok orang yang mempunyai kegemaran dan aktivitas dalam kegiatan K-Popers Pekanbaru.
3. Kelompok Sosial, adalah satu pengumpulan dari dua atau lebih atau individu yang mungkin atau tidak mungkin mengadakan kontak dengan orang lain, tetapi dia sadar akan keanggotaannya bersama dalam kelompok, melakukan interaksi sesuai dengan norma – norma yang dapat diterima yang disusun demi kepentingan bersama dan disatukan oleh solidaritas yang emosional dan tergabung dalam komunitas K-Popers Pekanbaru.
4. Interaksi Sosial, adalah hubungan timbal balik yang terjadi pada pada K-Popers baik antar individu, maupun antar kelompok.

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Metode ini dipilih karena topik penelitian sukar diukur dengan angka dan berhubungan erat dengan interaksi sosial, lalu subjek penelitian yang relatif sedikit jumlahnya.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Perpustakaan Soeman HS Provinsi Riau dan Sekolah Lentera Alam Jl. Jend. Sudirman Pekanbaru. Perpustakaan Soeman HS merupakan tempat yang sering dikunjungi anggota K-Popers Pekanbaru.

3.3 Subyek Penelitian

Subyek penelitian terdiri dari 5 orang yang dipilih menggunakan teknik *Purposive Sampling* dengan kriteria sebagai berikut :

1. Merupakan anggota Komunitas K-Popers Pekanbaru.
2. Aktif dalam setiap kegiatan Komunitas K-Popers

Pekanbaru, baik *Gathering*, lomba, dan pertemuan-pertemuan.

3. Termasuk kedalam jajaran para Admin di Komunitas K-Popers Pekanbaru.
4. *Founder* Komunitas K-Popers Pekanbaru.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara
2. Observasi
3. Metode Penelusuran Data Online

3.5 Sumber dan Jenis Data

1. Data primer yang didapatkan dari hasil wawancara langsung dengan para informan dan hasil dari observasi yang peneliti lakukan saat mengikuti acara dan kunjungan ke *basecamp* Komunitas K-Popers Pekanbaru.
2. Data sekunder yang berupa literatur seperti buku, majalah, jurnal, dan berbagai artikel-artikel *online*.

3.7 Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif. Menurut Bogdan & Biklen (dalam Moleong, 2007:248) analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

HASIL PENELITIAN

4.1. Gambaran Umum tentang K-Pop

K-Pop adalah suatu genre musik yang berasal dari Korea Selatan. Menurut Kim Chang Nam, Profesor dari Departemen Media dan Komunikasi di Universitas Sungkonghoe, istilah K-Pop merupakan singkatan dari "*Korean Popular Music*" atau

musik populer Korea. Musik K-Pop tidak hanya terbatas pada genre pop saja, tetapi juga *ballad*, *rock*, *R&B*, *hip-hop*, *soul*, bahkan *electronic dance*. Dalam perkembangannya K-Pop banyak dipengaruhi oleh elemen asing, misalnya pop Amerika. Jenis musik ini memiliki kekhasannya tersendiri seperti : gerakan *dance* yang dinamis, gaya pakaian yang *fashionable*, dan kelompok fans yang loyal. Banyak penyanyi Pop Korea yang telah menembus batas dalam negerinya dan populer di mancanegara, contohnya saja seperti *PSY*, *Super Junior*, *Big Bang*, *TVXQ!*, *Wonder Girls*, *Girls Generation*, dan lain-lain. Kegandrungan akan K-Pop merupakan hal yang tak terpisahkan dari *Korean Wave (Hallyu)*.

4.1.1 Sejarah K-Pop

Dalam buku *All about K-Pop* (Yulius,2013:11) diterangkan bahwa K-Pop bukanlah genre musik yang sepenuhnya baru. K-Pop sebenarnya berkembang sejak tahun 1920-an ketika Jepang menjajah semenanjung Korea. Namun musik ini menjadi sangat terkenal sejak tahun 1990-an saat industri musik mulai melirik para anak muda sebagai target pasarnya dengan membentuk *idol grup* dengan kemunculan grup *Seo Tai Ji and The Boys* pada tahun 1992. Fenomena ini kemudian berlanjut sampai sekarang. Karena kepopuleran K-Pop ini, pada tahun 2012 Google meluncurkan saluran khusus K-Pop di Youtube, yang kemudian diikuti oleh Billboard yang membuat *chart* lagu khusus K-Pop yaitu K-Town di situs resminya. Hal ini menjadikan K-Pop satu-satunya genre musik asal Asia yang mempunyai saluran dan tangga lagu tersendiri di situs terkenal Youtube dan Billboard.

4.1.2 Karakteristik K-Pop

a. Promosi K-Pop

Kegiatan promosi penyanyi-penyanyi K-Pop biasanya dikenal dengan istilah "*Comeback*". Sedangkan untuk musisi-musisi *rookie* biasanya menggunakan istilah "*Debut Stage*" dan untuk promosi mereka

berikutnya digunakan istilah "*Comeback*". Penampilan pertama para musisi K-Pop di program musik terutama untuk mempromosikan album atau *single* baru mereka disebut juga dengan istilah "*Comeback stage*". Sebelum melakukan *comeback*, para musisi K-Pop akan merilis beberapa *teaser* yang terdiri dari foto-foto album dan video klip beberapa hari sebelum album atau *single* mereka dirilis secara resmi. Video klip para musisi K-Pop ini diunggah ke Youtube melalui channel resmi agensi dari para musisi masing-masing.

b. Tarian

Tarian merupakan bagian yang tak terpisahkan dari K-Pop. Ketika sebuah grup idola sedang bernyanyi diatas panggung, mereka sering berganti posisi sambil tetap bernyanyi dan menari yang membuat pergerakan tarian mereka menjadi sinkron. Dalam koreografi tarian K-Pop, terdapat "*point dance*" yang merupakan gerakan tarian yang sering diulang-ulang dalam sebuah koreografi. *Point dance* ini dibuat agar tarian mudah diingat dan cocok dijadikan sebagai karakteristik dari lirik lagunya, juga dibuat dinamis mengikuti irama lagu. *Point dance* dalam sebuah lagu biasanya selalu dijadikan stereotip dalam lagu-lagu K-Pop, contohnya gerakan kedua telapak tangan yang saling digesekkan seperti orang yang sedang meminta maaf menjadi *point dance* dalam koreografi lagu *Sorry Sorry* milik Super Junior.

c. Fashion

Merebaknya wabah K-Pop menyebabkan model-model pakaian bintang K-Pop seperti *baby doll*, *blazer*, *skirt*, *legging*, dan kaus kerah V dengan belahan rendah menjadi tren saat ini. Ciri khas dari mode busana bintang K-Pop yaitu warna-warna yang terang, model yang unik, serta menonjolkan sisi feminim atau maskulin sangat digemari oleh banyak remaja di dunia.

d. Kelompok Fans

Warna mempunyai peranan penting dalam kelompok fans. Melalui warna, fans mengekspresikan persamaan dan loyalitas

mereka satu sama lain, terutama dalam acara konser yang juga dihadiri oleh artis-artis lain. Kelompok fans tersebut akan duduk dalam satu sektor dengan menggunakan warna resmi kelompoknya, biasanya warna tersebut digunakan pada *light stick* atau balon, dan jika dilihat dari jauh maka kelompok-kelompok fans ini akan membentuk semacam “*K-Pop Ocean*” atau lautan K-Pop yang terdiri dari berbagai warna-warni para kelompok fans.

Hal yang unik dari kelompok fans K-Pop yaitu “*fan chant*”. *Fan chant* yaitu teriakan para fans yang terkoordinisir untuk mendukung idola mereka. *Fan chant* dilakukan saat idola mereka tampil *live* diatas panggung yang biasanya menjadi bagian dari penampilan si artis sendiri. *Fan chant* terdiri dari beberapa bagian lagu yang sedang dinyanyikan atau nama-nama dari anggota grup idola tersebut. *Fan chant* diteriakan pada bagian-bagian lagu yang tidak ada vokalnya bertujuan supaya tidak mengganggu penampilan idola mereka (www.wikipedia/K-Pop.com).

4.1.3 Pengaruh Popularitas K-Pop

a. Pengaruh Popularitas K-Pop di Indonesia

K-Pop yang identik dengan para *girlband* dan *boyband* nya ini kemudian menginspirasi para produser musik Indonesia untuk membentuk grup *girlband* dan *boyband* yang memiliki konsep yang sama dengan *girlband* dan *boyband* asal Korea Selatan, seperti grup *SM*SH*, *Cherrybelle*, *XO IX*, dll. Tren *idol grup* yang saat ini sedang *booming* merubah warna musik Indonesia yang sebelumnya didominasi dengan band-band menjadi *idol grup*. Hal ini dapat dilihat dari lebih banyaknya *idol grup* yang tampil di berbagai acara musik di stasiun televisi dari pada band-band yang sebelumnya mendominasi.

b. Pengaruh Popularitas K-Pop di Pekanbaru

Sebagai kota yang memiliki penduduk multikultural, masyarakat Pekanbaru sangat mudah dalam menerima hal-hal baru dari luar. Tidak hanya kota-kota

besar di Jawa saja yang terkena imbas dari *Korean Wave*, tapi Pekanbaru sebagai kota metropolitan di Sumatera juga terkena imbasnya. Contohnya saja saat demam *Gangnam Style* pada akhir 2012 sampai 2013 lalu, beberapa instansi pendidikan dan pemerintahan di Pekanbaru bahkan menjadikan tarian *Gangnam Style* sebagai bagian dari acara yang mereka adakan. Selain *fandom* artis K-Pop, juga terdapat komunitas penggemar K-Pop yaitu Komunitas K-Popers Pekanbaru. Komunitas ini bertujuan sebagai ajang perkumpulan para K-Popers Pekanbaru dari berbagai *fandom*. beberapa komunitas ini biasanya membentuk grup *cover dance* sendiri dan sering ikut serta dalam berbagai lomba *cover dance* atau *flash mob*.

4.2 Keberadaan Komunitas K-Popers Pekanbaru

4.2.1 Karakteristik Informan Penelitian

4.2.1.1 Identitas Informan Penelitian

Adapun yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah para remaja yang tergabung dalam Komunitas K-Popers Pekanbaru. Dalam penelitian ini, penulis memilih 5 orang sebagai informan penelitian berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya.

4.2.1.2 Usia Informan Penelitian

Komunitas K-Popers Pekanbaru memiliki member yang usianya masih tergolong remaja, contohnya saja informan NI, SP, dan FR yang berusia 22 tahun, lalu informan SE, SD yang keduanya berusia 19 tahun. Bahkan member-member yang baru bergabung dalam komunitas ini beberapa masih berstatus sebagai siswa Sekolah Menengah Atas (SMA). Karena umur para member, yang bisa dikatakan masih sebaya ini, membuat hubungan dan interaksi antar sesama member komunitas terjalin baik dan terlihat akrab dan nyaman bergaul satu sama lain.

4.2.1.3 Status dalam Komunitas

Dalam Komunitas K-Popers Pekanbaru, terdapat beberapa orang yang memiliki status dan berperan dalam menjaga

keutuhan dan keeksisan komunitas. Mereka inilah yang kemudian penulis pilih sebagai informan penelitian dan beberapa dari mereka ada yang berperan sebagai admin, manager, dan leader grup *cover dance*.

4.2.1.4 Fandom / Fansclub

Kelompok fans atau bisa disebut juga dengan *fansclub* atau *fandom* merupakan hal yang tidak bisa dipisahkan dalam dunia *entertainment*, baik itu musik, film, dan sebagainya. Sama halnya dengan *fansclub* dari berbagai penyanyi dan artis holywood atau Indonesia sekalipun, *fandom* artis K-Pop pun mempunyai namanya masing-masing, tapi yang membedakannya dengan *fansclub genre* musik lainnya yaitu tiap *fansclub* atau *fandom* artis K-Pop memiliki warna tersendiri sebagai identitas *fandom* yang biasanya digunakan pada balon, *lightstick*, banner, spanduk, dan sebagainya. Warna ini berfungsi untuk mengeksperesikan persamaan dan loyalitas pada artis yang mereka dukung. Identitas untuk *fandom* ini sendiri sangat penting untuk diketahui karena pada beberapa kejadian, perbedaan *fandom* dapat menimbulkan terjadinya *fanwar* antar sesama K-Popers.

4.2.1.5 Informan Penelitian

- 1) Informan 1 (*Key informan*) : NI (22 tahun)

NI yang merupakan salah satu penggemar musik pop Korea (K-Pop) di Pekanbaru saat ini memilih menjadikan *Inspirit* (nama panggilan untuk fans *Infinite*) sebagai fansclubnya. Dalam Komunitas K-Popers Pekanbaru NI adalah *founder* dan sekaligus merupakan salah satu admin yang mengelola jejaring sosial komunitas ini. NI mengaku bahwa ia mulai mengenal budaya pop Korea sejak SMP melalui drama-drama Korea seperti *Winter Sonata* dan *Full House* yang ditayangkan di salah satu stasiun TV swasta Indonesia.

- 2) Informan 2 : SP (22 tahun)

SP yang penulis temui di Sekolah Lentera Alam pada hari minggu, saat itu tengah mengkoordinir dan mengawasi grup *cover dance* Komunitas K-Popers Pekanbaru

yang sedang latihan sehubungan perannya dalam komunitas ini sebagai manager. Selain manager, SP bersama dengan NI juga merupakan *founder* komunitas ini. SP awalnya menyukai Korea karena drama-dramanya tersebut, kemudian memilih menjadi seorang E.L.F (sebutan untuk penggemar *Super Junior*). Saat penulis mewawancarainya SP memakai jaket khas penggemar *Super Junior* yang berwarna *pearl sapphire blue* yang seolah menegaskan jika dia memang E.L.F sejati.

- 3) Informan 3 : FR (22 tahun)

Sama halnya dengan informan NI dan SP, FR juga merupakan salah satu *founder* komunitas ini.

- 4) Informan 4 : SD (19 tahun)

SD merupakan salah satu member yang tergabung dalam grup *cover dance* yang dibentuk Komunitas K-Popers Pekanbaru. Ia juga ditunjuk menjadi *leader* salah satu grup *cover dance* tersebut. SD mengaku bergabung dengan banyak *fandom*, yang dalam dunia K-Pop dikenal juga dengan istilah *multifandom*, seperti SONE (panggilan untuk fans *Girls Generation*), Shawol (panggilan untuk fans *SHINee*) dan *EXO-L* (sebutan untuk fans *EXO*).

- 5) Informan 5 : SE (19 tahun)

SE juga merupakan *leader* dari salah satu grup *cover dance* di Komunitas K-Popers Pekanbaru.

4.2.2 Latar Belakang Terbentuknya Komunitas

Berawal dari sebuah kelompok yang terdiri dari 6 orang siswa SMA yang saling berteman dan mempunyai kegemaran yang sama yaitu sama-sama menyukai musik K-Pop. Agar lebih mengenal K-Popers di Pekanbaru lainnya, kemudian mereka sepakat untuk membuat komunitas yang kemudian diberi nama Komunitas K-Popers Pekanbaru. Untuk mempromosikan komunitas ini agar menjaring lebih banyak K-Popers Pekanbaru untuk bergabung dalam komunitas, mereka kemudian membuat

berbagai akun di jejaring sosial, seperti Facebook, Twitter, dan blog. Berbagai akun jejaring sosial inipun mereka promosikan ke beberapa akun komunitas K-Popers lain yang telah banyak dikenal dan memiliki puluhan ribu *likers* atau *followers*. Tidak hanya melalui jejaring sosial, mereka juga mempromosikan komunitas ini di beberapa stasiun radio di Pekanbaru.

Tujuan didirikannya Komunitas K-Popers Pekanbaru, yaitu sebagai berikut:

- a. Sebagai wadah tempat berkumpulnya para K-Popers di Pekanbaru.
- b. Sebagai media dalam membagi dan bertukar informasi seputar K-Pop dan hal-hal yang berhubungan dengannya.
- c. Sebagai media untuk menyalurkan hobi *cover dance* bagi K-Popers yang memiliki hobi dan ketertarikan dalam *cover dance*.

Komunitas yang resmi dibentuk pada tanggal 10 Februari 2012 silam ini telah memiliki lebih dari 300 orang member yang tergabung dalam grup Komunitas K-Popers Pekanbaru di Facebook dan lebih dari 200 *followers* di Twitter. Sebagian besar anggota komunitas ini merupakan remaja Pekanbaru yang masih duduk dibangku Sekolah Menengah Pertama (SMP) dan Sekolah Menengah Atas (SMA) yang biasanya aktif di berbagai media sosial seperti Facebook dan Twitter. Sedangkan menurut NI, member yang sering terlihat ikut ngumpul pada kegiatan rutin mereka tiap hari sabtu dan minggu adalah para member yang merupakan mahasiswa dari berbagai perguruan tinggi di Pekanbaru. Dalam merekrut member baru, komunitas ini tidak menetapkan syarat tertentu, kecuali hanya cukup masuk ke dalam grup Facebook Komunitas K-Popers Pekanbaru atau *follow* twitter komunitas ini.

4.2.3 Karakteristik Komunitas K-Popers Pekanbaru

Dalam hal berpakaian para member komunitas tak meniru *fashion* gaya Korea yang memang sedang *booming* saat ini. Tapi

untuk menegaskan identitas mereka sebagai seorang K-Popers, beberapa member komunitas ini memakai topi, kaus, atau jacket yang memiliki warna atau tulisan sesuai *fandom* mereka masing-masing. Barang-barang atau aksesoris K-Pop ini biasanya dibeli oleh member komunitas di berbagai online shop yang menjual barang-barang pernak-pernik Korea.

Dalam berkomunikasi antar sesama member, komunitas ini mengadaptasi berbagai istilah-istilah yang berasal dari bahasa Korea, seperti penggunaan panggilan *eonni*, *dongsaeng*, *oppa*, *chingu* atau beberapa frase kata dalam bahasa Korea, seperti *ne*, *aniyo*, *mianhae*, dan lain-lain. Istilah dalam panggilan status *leader*, *manager*, *member* dan *admin* pada komunitas juga diadaptasi dari kebiasaan penggunaan istilah tersebut yang sering diucapkan dalam dunia hiburan Korea. Komunitas ini mempunyai sebuah slogan yaitu “*One voice for all fandom*” yang artinya satu suara untuk semua *fandom*.

4.2.4 Struktur Komunitas K-Popers Pekanbaru

Dalam menjalankan komunitas ini mereka menunjuk beberapa orang yang berperan sebagai *admin*, *manager* dan *leader grup cover dance*.

Admin bertugas untuk mengelola dan mengurus blog maupun akun-akun media sosial komunitas. Mereka biasanya juga *mensharing* berita-berita seputar K-Pop di blog maupun akun media sosial lainnya, seperti Facebook dan Twitter. *Admin* ini dipilih berdasarkan tingkat intens *online* dari seorang member, jadi member yang lebih sering *online* merupakan kriteria dalam pemilihan seorang *admin*. Sampai saat ini *Admin* di Komunitas K-Popers Pekanbaru berjumlah 3 orang. Sedangkan *Manager* bertugas untuk mengawasi jalannya latihan grup *cover dance*. *Manager* juga yang memfasilitasi latihan grup *cover dance* tersebut seperti menyediakan tempat, *speaker*, musik dan laptop. Saat ini yang bertugas sebagai *Manager* adalah SP yang merupakan salah satu *founder* komunitas ini.

Untuk penyaluran hobi bagi K-Popers yang menyukai *cover dance*, komunitas ini membentuk grup *cover dance* yang terdiri atas dua sub-grup yang dibedakan berdasarkan tema dari tarian penyanyi K-Pop yang akan mereka *cover*-kan. Masing-masing sub-grup ini diketuai oleh seorang *leader* yang bertugas untuk membina para member *cover dance* nya tetap disiplin dalam latihan dan menghafalkan gerakan *dance*. Sub-grup pertama yang diketua oleh SD dikhususkan untuk mengcover *dance-dance girlband* Korea yang memiliki *image sexy* dan memiliki gerakan *dance* yang sulit. Sedangkan sub-grup kedua diketua oleh SE yang mengkhususkan diri dalam mengcover *girlband* yang memiliki *image* misterius dan *cute*, biasanya *image* ini memiliki tingkat kesulitan gerakan *dance* yang tidak begitu kentara.

4.2.5 Kegiatan-Kegiatan yang diadakan Komunitas K-Popers Pekanbaru

4.2.5.1 Kegiatan Rutin

Kegiatan rutin komunitas ini biasanya dilakukan pada hari Sabtu dan Minggu yaitu ngumpul-ngumpul sekaligus latihan *cover dance*. Lokasi kegiatan rutin tersebut biasanya dilakukan di Sekolah Lentera Alam atau di Taman Budaya yang beralamat di Jalan Jenderal Sudirman Pekanbaru. Lokasi ini selain terletak di pusat kota Pekanbaru, tempat ini dinilai cukup ideal bagi para member yang ingin latihan *cover dance* karena terdapat deretan kaca di halaman sekolah ini yang diibaratkan mirip dengan studio *dance* memungkinkan para member grup *cover dance* dapat melihat pantulan gerakan tarian mereka sendiri dan mengoreksinya bila terdapat kesalahan.

4.2.5.2 Gathering K-Popers Pekanbaru

Selain kegiatan rutin, beberapa event atau acara yang telah diadakan oleh komunitas ini antara lain, *1st Gathering K-Popers Pekanbaru*, Acara Amal, *2nd Gathering K-Popers Pekanbaru* dan *3rd Gathering K-Popers Pekanbaru*. Acara *1st Gathering K-Popers Pekanbaru* diadakan pada tahun 2013 lalu untuk merayakan ulang

tahun pertama komunitas sekaligus sebagai ajang untuk berkumpulnya seluruh K-Popers Pekanbaru, baik yang pernah bergabung dalam komunitas penggemar Korea yang lain maupun K-Popers yang belum pernah bergabung dalam komunitas penggemar Korea apapun.

4.2.5.3 K-Popers Pekanbaru 1st Project Charity

Kegiatan *1st Project Charity* ini diadakan pada tanggal 22 Desember 2013. Sesuai dengan namanya, kegiatan ini merupakan acara amal yang diadakan oleh Komunitas K-Popers Pekanbaru. Kegiatan ini berupa pemberian sumbangan berbentuk sembako dan pakaian bekas yang masih layak pakai kepada beberapa panti asuhan di Pekanbaru yaitu Panti Bayi dan Balita di Jalan Bukit Barisan dan Panti Asuhan Anak Yatim dan Kaum Dhuafa yang terletak di Jalan Bukit Rahayu Tenayan Raya. Sumbangan yang diberikan kepada Panti Asuhan tersebut merupakan titipan dari member-member Komunitas K-Popers Pekanbaru. Dalam mengorganisir pengumpulan sumbangan diinformasikan melalui akun Facebook.

4.3 Interaksi Sosial Diantara Anggota K-Popers Pekanbaru

Komunitas K-Popers Pekanbaru yang merupakan sebuah komunitas penggemar musik K-Pop. Member komunitas ini memiliki *fandomnya* masing-masing. Jadi, Komunitas K-Popers Pekanbaru merupakan sekumpulan para remaja yang terdiri dari beragam *fandom* penyanyi K-Pop seperti *E.L.F*, *Shawol*, *Inspirit*, dan lain-lain. Di Pekanbaru sendiri komunitas *fandom* penyanyi K-Pop ini sendiri sudah ada terbentuk, seperti Komunitas *E.L.F Pekanbaru* dan *E.L.F Pekanbaru City*, keduanya merupakan *fandom* atau penggemar dari *Super Junior*. Menurut SP, Komunitas K-Popers Pekanbaru sering berinteraksi dengan beberapa komunitas *fandom* tersebut. Misalnya saja saat beberapa komunitas *E.L.F* di Pekanbaru mengadakan *event* seperti perayaan ulang tahun *Super Junior*, beberapa member dari Komunitas K-

Popers Pekanbaru yang merupakan penggemar Super Junior (E.L.F) ada yang ikut bergabung dalam *event* tersebut.

4.3.1 Syarat-Syarat Interaksi Sosial

4.3.1.1 Kontak Sosial

Komunitas K-Popers Pekanbaru memiliki member yang terdiri dari beragam kelompok umur dan pendidikan. Menurut NI sebagian besar member dalam komunitas ini merupakan siswa SMP dan SMA dan baru bergabung dalam komunitas. NI mengakui bahwa para member baru tersebut mengetahui keberadaan komunitas melalui jejaring sosial. Kebanyakan dari para member baru lebih sering berkomunikasi dan berinteraksi dengan para member yang lain melalui jejaring sosial, tetapi ada sebagian dari member baru yang ikut dalam kegiatan rutin komunitas dan berinteraksi secara langsung dengan member lainnya.

4.3.1.2 Komunikasi

NI mengatakan bahwa dalam pergaulan sehari-hari dengan para member komunitas, selain menggunakan panggilan umum dalam bahasa Indonesia, mereka juga terkadang sering menggunakan kata panggilan dalam bahasa Korea, seperti *oenni*, *dongsaeng*, *nuna*, *oppa*, dan lain-lain. NI juga mengungkapkan bahwa ia terkadang merasa canggung dengan beberapa member yang berusia lebih muda darinya, tapi untuk menghadapi kecanggungan tersebut ia berusaha untuk lebih ramah kepada mereka sehingga ia dan para member tersebut memiliki hubungan yang akrab.

4.3.2 Dasar-Dasar Interaksi Sosial

4.3.2.1 Imitasi

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan beberapa contoh perilaku imitasi K-Popers, seperti :

1. *Cover dance*, adalah suatu *dance* atau gerakan tarian yang meniru seluruh atau sebagian gerakan *dance* seorang penyanyi atau grup.
2. Makan mie langsung dari wajan. Orang Korea terkenal akan kebiasaan yang satu ini. Beberapa K-Popers bahkan pernah

meniru kebiasaan ini contohnya NI. Alasan mereka bahwa makan mie langsung dari wajannya dapat menghemat waktu dan peralatan makan.

3. Menggunakan berbagai ungkapan dan istilah yang biasa digunakan dalam bahasa Korea. Misalnya seperti panggilan *eonni*, *oppa*, *dongsaeng* atau ungkapan ekspresi seperti *aigoo* dan *daebak*.

4.3.2.2 Sugesti

Berdasarkan hasil penelitian, hampir semua informan yang telah diwawancarai menyebutkan bahwa mereka awalnya menyukai K-Pop karena pengaruh teman. Memiliki teman seorang K-Popers dapat mempengaruhi seorang individu agar menjadi K-Popers juga. Tak dipungkiri juga bahwa faktor visual dunia entertain K-Pop juga mempengaruhi para informan untuk menyukai K-Pop. Proses sugesti dalam diri K-Popers salah satunya dapat dilihat dari keinginan dan kemauan mereka untuk mempelajari *hangul* walaupun secara otodidak. Informan NI menceritakan bahwa ia memanfaatkan akses internet dalam mempelajari *hangul*. Berbagai video Korea yang ditonton baik itu drama ataupun reality show menggunakan terjemahan bahasa Inggris telah banyak membantu mereka dalam memahami *hangul*.

4.3.2.3 Identifikasi

Proses identifikasi yang terjadi dalam Komunitas K-Popers Pekanbaru terlihat dari beberapa pakaian dan aksesoris yang digunakan para member sama persis seperti yang digunakan idola mereka. Saat menampilkan *dance cover* para member akan mengikuti tema kostum yang digunakan sang idola saat membawakan lagu tersebut, misalnya saat mengcover lagu EXO "*Growl*" mereka akan menggunakan kostum seragam sekolah persis seperti yang digunakan member EXO. Tidak hanya kostum panggung, tapi pakaian sehari-hari idola mereka pun kadang mereka tiru, seperti jacket, kaos, cincin, kalung, tas dll.

4.3.2.4 Simpati

Sama halnya dengan para fans genre musik lain, para fans K-Pop juga merasa terikat secara emosional dengan idolanya. Berdasarkan wawancara dan pengamatan, fans K-Pop terlihat lebih royal, misalnya untuk menonton konser K-Pop di Indonesia atau di Singapura saja mereka bisa menghabiskan uang sekitar Rp. 800,000 sampai dengan Rp. 3,500,000 hanya untuk tiket saja. Prilaku royal ini juga dapat dilihat dari kebiasaan para fans K-Pop dalam menggunakan media sosial yang tak ayal sering menimbulkan *fanwar* antar sesama fans K-Pop lainnya.

4.3.2.5 Empati

Proses empati dapat dilihat melalui loyalitas para K-Popers. Para K-Popers demi memenangkan idolanya di *chart music* Korea rela untuk membeli CD ataupun DVD idolanya yang harganya sekitar 300 ribu – 500 ribu. Hal ini juga dilakukan oleh beberapa informan yang seperti NI yang mengaku telah beberapa kali membeli CD ataupun DVD idolanya agar idolanya menang dalam penghargaan *chart music* mingguan ataupun tahunan. Loyalitas K-Popers juga tampak saat terjadinya *fanwar* (perang antara penggemar) yang biasanya di sosial media. *Fanwar* ini biasanya terjadi saat ada penggemar suatu idola yang tidak senang atau mengkritik idola lain dan hal ini dibalas oleh kritikan penggemar idola tersebut.

4.3.2.6 Motivasi

Dunia *entertainment* Korea terkenal dengan proses *recruitment* dan *training*-nya yang keras oleh *management* agensi untuk membentuk dan menghasilkan seniman yang berbakat dan profesional. Para *trainee* (sebutan untuk calon artis yang masih dalam masa pelatihan) dilatih dari umur yang masih belia selama bertahun-tahun hingga diputuskan oleh agensi untuk bisa *debut* atau tidak. Hal ini lah yang menjadi salah satu motivasi para anggota komunitas untuk melakukan hal yang sama dengan yang dilakukan oleh para idola mereka demi mewujudkan keinginan dan harapan mereka dan untuk dapat memahami bahasa dan

untuk lebih mudah berinteraksi dengan idola-idola K-Pop ini melalui sosial media, para anggota juga termotivasi untuk belajar membaca dan menulis *hangul* walaupun secara otodidak.

4.3.3 Bentuk Interaksi Sosial pada K-Popers Pekanbaru

4.3.3.1 Kerja Sama (Cooperation)

Berdasarkan penelitian yang didapatkan dilapangan, peneliti menemukan beberapa member komunitas yang membentuk suatu grup *cover dance* dengan bekerja sama dengan komunitas lain. Tujuan mereka bekerja sama ini antara lain mencari para K-Popers yang berbakat dan berminat dalam bidang *cover dance*. Setelah latihan beberapa minggu, grup yang telah terbentuk tadi biasanya akan diikuti sertakan dalam beberapa perlombaan *dance* atau *festival* yang diadakan di Mall dan pusat perbelanjaan di Pekanbaru. Hasilnya, pada 8 Maret 2014 lalu komunitas ini mendirikan grup FBK (*Fandom Blood K-Pop*) Entertainment sebagai wadah untuk para anggota dan non-anggota yang menyukai *dance cover*. *Dance cover* yang dipelajari dan ditampilkan nantinya tentu juga berhubungan dengan K-Pop. Grup FBK ini dikelola oleh 3 orang Admin (biasanya disebut manager) yang bertugas mengatur, mengawasi dan mempromosikan para member yang tergabung dalam grup FBK ini.

4.3.3.2 Persaingan (Competition)

Dalam dunia penggemar musik K-Pop sering terdengar istilah *fanwar* atau perang antar fans. Perang ini biasanya berbentuk saling adu ejekan dan kritikan dari seseorang atau suatu kelompok fans terhadap kelompok fans yang lain. Biasanya fenomena *fanwar* ini lebih sering terjadi di jejaring sosial tapi tak ayal terjadi pula dalam dunia nyata. Contoh kompetisi lain dalam komunitas ini dapat dilihat pula dalam berbagai perlombaan *dance cover* yang diadakan di Pekanbaru. Berbagai komunitas dengan grup *dance cover*nya berlomba-lomba untuk mempertunjukkan bakat dan menunjukkan eksistensi komunitas tersebut. Dengan

Diadakannya *SM Global Audition* di Jakarta pada tahun 2014 lalu menjadi ajang kompetisi para fans K-Pop baik dari anggota komunitas maupun diluar komunitas untuk berlomba-lomba agar terpilih menjadi *trainee* di Agensi yang menaungi para idola mereka.

PENUTUP

7.1 Kesimpulan

1. Ekspansi *Korean wave* ke Indonesia melalui drama-drama Korea yang mulai masuk sekitar awal tahun 2000-an sebagai imbas dari krisis ekonomi yang mengakibatkan impor drama-drama Telenovela dan China yang sedang digrandungi saat itu lebih mahal dibanding drama Korea yang lebih ekonomis. Perkembangan internet dan sosial media juga tak bisa dilepaskan dari masuknya pengaruh *Korean Wave* ini di Indonesia.
2. Pekanbaru sama halnya dengan kota-kota besar lainnya di Indonesia, *Korean Wave* juga disebarkan melalui berbagai media informasi seperti TV, internet, dan Radio. Menyebarnya *Korean Wave* di Pekanbaru ini juga menyebabkan mulai banyaknya bermunculan berbagai Komunitas penyuka budaya pop Korea, salah satunya Komunitas K-Popers Pekanbaru.
3. Sehubungan tidak aktifnya lagi forum K-Popers Pekanbaru Cinema Cafe menyebabkan tidak adanya wadah untuk mengumpulkan para K-Popers di Pekanbaru serta tidak adanya fasilitas untuk para K-Popers yang menyukai *dance cover* dan terbatasnya informasi tentang hal-hal yang berhubungan seputar K-Pop saat itu memotivasi para *founder* untuk membentuk Komunitas K-Popers Pekanbaru lintas *fandom*.
4. Interaksi sosial terjadi pada Komunitas ini karena terpenuhinya syarat interaksi sosial yaitu adanya kontak sosial dan komunikasi.

Kontak sosial terjadi secara tidak langsung melalui TV dan internet lalu komunikasi terjadi dengan diterimanya pesan yang disampaikan melalui media TV dan internet tersebut.

5. Faktor-faktor atau dasar interaksi sosial pada K-Popers dapat dilihat melalui proses sugesti, identifikasi, imitasi, simpati, empati dan motivasi. Sugesti yang terjadi pada K-Popers saat adanya ajakan teman untuk menonton video atau drama dan mendengarkan musik K-Pop. Drama dan musik yang berkualitas juga didukung oleh visual para idola menyebabkan seseorang menjadi candu untuk menonton atau mendengarkan K-Pop yang dikemudian hari menyebabkan dia menjadi seorang K-Popers. Identifikasi terjadi setelah saat seseorang telah mengidentikkan dirinya sebagai K-Popers dengan memilih satu atau beberapa idola yang disukainya dan kemudian menganggap dirinya merupakan bagian dari kumpulan *fans* idola tersebut (*fandom*) dan kemudian mulai menggunakan warna resmi *fandom* pada atribut seperti *lighstick*, baju, balon dan lain-lain. Proses imitasi yang terjadi dapat dilihat pada *group dance cover* komunitas ini. Saat tampil, *group* ini menirukan gerakan tarian dan kostum yang sama persis dengan idolanya mulai dari warna, tema kostum hingga aksesoris. Proses simpati dan empati yang terjadi dapat dilihat melalui kecenderungan para K-Popers yang mempunyai sikap loyalitas yang tinggi. Sudah hal lumrah bila seorang penggemar ingin agar idolanya semakin terkenal dan mendapatkan penghargaan, oleh karena itu para K-Popers ini tidak tanggung-tanggung untuk menyisihkan uang mereka untuk membeli CD atau DVD

maupun untuk menonton konser artis idola yang harganya lumayan mahal.

6. Komunitas K-Popers Pekanbaru sebagai suatu kelompok sosial menunjukkan adanya proses interaksi sosial seperti kerja sama (cooperation) seperti membentuk *group cover dance* bagi anggota komunitas yang menyukai *dance cover* dan persaingan (*competition*) baik yang berbentuk negatif seperti *fanwar* yang biasanya lebih banyak ditemui di media sosial atau dalam bentuk positif seperti berkompetisi dalam ajang perlombaan *dance cover* dan audisi *SM Global* di Jakarta 2013 lalu.

7.2 Saran

1. Ada baiknya pemerintah memberikan fasilitas untuk mengembangkan bakat-bakat generasi muda Pekanbaru seperti yang bakat *dance* yang dimiliki oleh beberapa anggota komunitas berikut.
2. Bagi para anggota sebaiknya menghindari *fanwar* yang berakibat bisa merusak hubungan antar anggota maupun dengan orang lain dan mengurangi konsentrasi dalam beraktifitas sehari-hari dan juga para anggota sebaiknya juga mengurangi kegiatan yang terlalu loyal terhadap idolanya seperti membeli disc dan ticket konser yang mahal karena dana tersebut bisa digunakan untuk kegiatan yang lebih bermanfaat.
3. Bagi para anggota diharapkan untuk dapat terus berlatih meningkatkan kualitas dancenya agar dapat bersaing di ajang perlombaan *dance* baik di tingkat kota, provinsi maupun nasional.

Abdulsyani (1994). *Sosiologi Skematika, Teori dan Terapan*. Jakarta. Bumi Aksara.

Gerungan, W.A (2010). *Psikologi Sosial*. Bandung. Refika Aditama

Horton, Paul B (1984). *Sosiologi Edisi Keenam*. Jakarta. Erlangga.

Johnson, Doyle Paul (1986). *Teori Sosiologi Klasik dan Modern*. Jakarta. PT Gramedia.

Kaunang, Claudia (2010). *Rp 3 Juta Keliling Korea dalam 9 Hari*. Yogyakarta. B-First.

Kuswana, Dadang (2011). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung. CV Pustaka Setia

Mulyana, Deddy (2004). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung. Rosda.

Moleong, Lexy J (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung. Rosda

Narwoko, J. Dwi & Bagong Suyanto (2010). *Sosiologi Teks Pengantar dan Terapan*. Jakarta Kencana.

Nazir, Moh (2005). *Metode Penelitian*. Bogor. Ghalia Indonesia.

Raho, Bernard (2007). *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta. Prestasi Pustaka Publisher.

Ramli, Muhammad (2007). *Pengolahan dan Analisis Data*. Pekanbaru. Pengembangan Pendidikan Universitas Riau.

Roucek, Joseph S. & Roland L. Warren (1984). *Pengantar Sosiologi*. Solo. Bina Aksara.

Salim, Agus (2008). *Pengantar Sosiologi Mikro*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar

Santosa, Slamet (2009). *Dinamika Kelompok Edisi Revisi*. Jakarta. Bumi Aksara

DAFTAR PUSTAKA

- Scott, John (2011). *Sosiologi : The Key Concepts*. Jakarta. Rajawali Pers. Setiadi, Elly M & Usman Kolip (2011). *Pengantar Sosiologi Pemahaman Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial : Teori, Aplikasi, dan Pemecahannya*. Jakarta. Kencana
- Soekanto, Soerjono (2010). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta. Rajawali Pers.
- Sunarto, Kamanto (2004). *Pengantar Sosiologi*. Jakarta. Lembaga Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Syahrial Syarbaini, dkk. 2009. *Dasar – Dasar Sosiologi*. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Walgito, Bimo (2010). *Psikologi Kelompok*. Jakarta. Penerbit Andi
- Wulansari, Catharina Dewi (2009). *Sosiologi Konsep dan Teori*. Bandung. Refika Aditama
- Yulius, Hendri (2013). *All About K-Pop*. Jakarta. Grasindo.

Internet:

- Adi P, Hanif Junaedy & Mira Tri Rahayu, “*Fenomena Korean Wave dan Hegemoni Kultural*”, 8 Juni 2012, <http://pmiigadjahmada.wordpress.com/2012/06/08/fenomena-korean-wave-dan-hegemoni-kultural/>
- Antika, Sari Rezki, “*Anda Penggemar Korea? Ikutlah Gathering K-Popers Pekanbaru*”, 31 Januari 2015, <http://pekanbaru.tribunnews.com/2015/01/31/anda-penggemar-korea-ikutlah-gathering-K-Popers-pekanbaru>
- Liputan6.com, “*Kuatnya Pengaruh Hallyu Wave*”, 27 Desember 2012, <http://news.liputan6.com/read/475876/kuatnya-pengaruh-hallyu-wave> 27/12/2012 18:14

Tourismnews.co.id, “*Asal Mula Demam K-Pop di Indonesia*”, <http://tourismnews.co.id/category/music/asal-mula-demam-k-pop-di-indonesia>

Wikipedia, “*K-Pop*”, 6 April 2013, <http://id.wikipedia.org/wiki/K-pop>

_____, “*Interaksi Sosial*”, http://id.wikipedia.org/wiki/Interaksi_sosial

Yuanisa, Lia, “*Fenomena Hallyu di Indonesia*”, 17 Mei 2012, <http://falcondhehacker.wordpress.com/2012/05/17/fenomena-hallyu-di-indonesia/>