

**DALAM BAYANG-BAYANG KOREAN WAVE:
STUDI FENOMENOLOGIS GAYA HIDUP PENGGEMAR K-POP DI
KALANGAN MAHASISWA YOGYAKARTA**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Bidang Sosiologi**

Disusun oleh:

Alma Avifathin Nisa

NIM.19107020053

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**

2025

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-3619/Un.02/DSH/PP.00.9/08/2025

Tugas Akhir dengan judul : Dalam Bayang-Bayang Korean Wave: Studi Fenomenologis Gaya Hidup Penggemar K-Pop di Kalangan Mahasiswa Yogyakarta

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ALMA AVIFATHIN NISA
Nomor Induk Mahasiswa : 19107020053
Telah diujikan pada : Selasa, 19 Agustus 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Valid ID: 68a546ba51e79

Ketua Sidang

B.J. Sujibto, S.Sos., M.A.
SIGNED



Valid ID: 68af07ba59313

Penguji I

Ambar Sari Dewi, S.Sos., M.Si., Ph.D.
SIGNED



Valid ID: 68aeb785f10da

Penguji II

Nisrina Muthahari, M.A.
SIGNED



Valid ID: 68afd32b60b72

Yogyakarta, 19 Agustus 2025
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Prof. Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si.
SIGNED



Dipindai dengan CamScanner

1/1

28/08/2025

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Alma Avifathin Nisa
NIM : 19107020053
Jurusan : Sosiologi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Alamat : Segoroyoso 1, Kecamatan Pleret, Kabupaten Bantul Yogyakarta

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul "Dalam Bayang-Bayang Korean Wave: Studi Fenomenologis Gaya Hidup Penggemar K-Pop di Kalangan Mahasiswa Yogyakarta" adalah hasil karya ilmiah yang saya tulis sendiri bukan plagiasi atau karya orang lain.

Demikian surat ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh dewan penguji.

Yogyakarta, 11 Agustus 2025

Yang menyatakan



Alma Avifathin Nisa

19107020053

NOTA DINAS PEMBIMBING

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi

Lamp : -

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

UIN Sunan Kalijaga

Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengadakan perbaikan saya selaku pembimbing menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Alma Avifathin Nisa

NIM : 19107020053

Program studi : Sosiologi

Judul : Dalam Bayang-Bayang Korean Wave: Studi Fenomenologis Gaya Hidup Penggemar K-Pop di Kalangan Mahasiswa Yogyakarta

Telah diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana strata satu bidang keilmuan sosiologi. Harapan saya semoga saudara tersebut dapat segera dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih

Wasalamu 'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 11 Agustus 2025

Pembimbing



B.J. Sujibto, S.Sos., M.A

NIP.198602242019031007

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, kedua orang tua dan saudara perempuan saya yang senantiasa mendukung dan mendoakan. Serta untuk diri sendiri yang selalu berusaha maksimal dan bertahan selama proses penelitian.



MOTTO

“ ‘Cause there were pages turned with the bridges burned

Everything you lose is a step you take”

-Taylor Swift-



KATA PENGANTAR

Assamu'alakuim Wr.Wb

Puji Syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkat Rahmat, Taufiq, dan Hidayah-Nya senantiasa memberikan kemudahan dalam setiap kesulitan yang peneliti alami selama penyusunan skripsi ini. Sholawat serta salam peneliti curahkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW yang senantiasa menjadi suri tauladan dan selalu kami harapkan syafaatnya kelak di Yaumul Qiyammah. Aamin

Dalam proses menyelesaikan skripsi yang berjudul “Dalam Bayang-Bayang Korean Wave: Studi Fenomenologis Gaya Hidup Penggemar K-Pop di Kalangan Mahasiswa Yogyakarta” sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata satu sosial (S.Sos) Pada Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Proses ini tidak lepas dari bimbingan, arahan, doa, dan dukungan dari beberapa pihak yang senantiasa membantu secara materil maupun moril. Oleh karena itu peneliti mengucapkan terimakasih dan rasa syukur yang tiada henti kepada:

1. Bapak Prof. Nurhaidi Hasan, M.A., M.Phil., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Napsiah, S.sos., M.Si. Ketua Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

4. Ibu Nisrina Muthahari, M. A. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang senantiasa mengarahkan dan membimbing peneliti selama kuliah.
5. Bapak B.J Sujibto, S.sos., M. A. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama proses penyusunan skripsi.
6. Segenap Dosen Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang senantiasa memberikan ilmu pengetahuan selama kuliah.
7. Kepada Ibuku surgaku Marisyah yang senantiasa memberikan dukungan materi, moral, dan pengorbanan yang tulus kasih yang diberikan selama mengenyam pendidikan.
8. Ayahku Bapak Ali yang memberikan dorongan untuk terus berkembang menjadi pribadi yang lebih baik.
9. Bulekku Marsiyem yang memberikan dukungan secara materi dan semangat untuk menyelesaikan penelitian ini.
10. Adikku Dina Afifathin Nabila yang senantiasa memberikan doa dan kekuatan untuk tidak menyerah selama menyelesaikan jenjang perkuliahan.
11. Aleeya seorang yang menjadi penyemangat untuk menyelesaikan penelitian.
12. Teman-teman terdekatku semasa kuliah di Yogyakarta yang senantiasa memberikan dukungan, doa, dan semangat khususnya Eny Rahmawati.
13. Seluruh rekan kerja di Roka Ramen dan Moufu Ramen yang telah memberikan motivasi dan semangat untuk menyelesaikan penelitian ini.
14. Seluruh rekan seangkatan Program Studi Sosiologi 2019.

15. Seluruh informan yaitu Dewi Amara, Aria Ulfa dan Resky Resta yang bersedia meluangkan waktu dan pikirannya selama proses pengumpulan data melalui wawancara dan observasi.
16. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu, terimakasih atas segala dukungan, doa, masukan dan bantuan yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi hingga menjalani hidup ini.
17. Untuk diri sendiri yang ternyata bisa bertahan dan dapat menyelesaikan skripsi ini dengan rasa syukur.

Semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi siapapun. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Sehingga peneliti sangat terbuka kepada seluruh pihak yang ingin memberikan kritik, saran, dan masukan yang membangun bagi peneliti guna menyempurnakan penelitian ini agar lebih baik.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
Yogyakarta, 8 Agustus 2025
Penyusun,

Alma Avifathin Nisa

NIM.19107020053

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi yang pesat menjadikan media komunikasi sebagai kebutuhan di era digital ini. Media komunikasi yang tidak terbatas ruang, jarak, dan waktu menjadi sarana pengenalan dan pertukaran antar budaya. Sehingga menjadi ruang masuknya budaya populer. Budaya Korea menjadi salah satu budaya yang berkembang di Indonesia, fenomena ini disebut Korean Wave. K-Pop menjadi salah satu bentuk penyajian budaya korea yang dikemas dalam bentuk musik yang memiliki daya tarik bagi remaja di Indonesia. Yogyakarta sebagai “kota pelajar” dengan mayoritas sebagai mahasiswa yang memiliki ketertarikan terhadap K-Pop. Dari fenomena yang terjadi memunculkan pertanyaan mengenai bentuk gaya hidup yang diinternalisasikan dalam beragam bentuk dan ekspresi. Keterkaitan antara mahasiswa penggemar K-Pop di Yogyakarta dengan gaya hidup yang dipengaruhi oleh K-Pop perlu digali secara mendalam.

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis bentuk internalisasi berupa bentuk dan ekspresi dalam gaya hidup penggemar K-Pop di kalangan mahasiswa di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi yang mengedepankan pengalaman informan mengenai pengalamannya menjadi penggemar K-Pop. Pengumpulan data diperoleh melalui wawancara dan observasi.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa terdapat 3 pemaknaan identitas penggemar K-Pop. K-Pop sebagai terapi dan transformasi personal, K-Pop sebagai aktualisasi diri, dan K-Pop sebagai peluang untuk berinteraksi. Pengalaman membentuk gaya hidup yang ditampilkan melalui aktivitas, minat, dan opini. Proses internalisasi gaya hidup tercermin dalam aktivitas dan pola konsumsi yang dilakukan dengan motif sebab dan motif tujuan. Terdapat beragam bentuk dan ekspresi yang ditampilkan. Penggunaan accessories, penampilan dan penggunaan bahasa korea dilakukan dengan motif tujuan untuk menunjukkan identitas diri sebagai penggemar K-Pop. Serta motif sebab yang dilatarbelakangi oleh pengalaman menjadi penggemar K-Pop.

Kata Kunci: K-Pop, Gaya Hidup, Mahasiswa

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Kajian Pustaka.....	11
F. Landasan Teori.....	19
G. Metode Penelitian.....	28
1. Jenis Penelitian.....	28
2. Subjek dan Objek Penelitian.....	30
3. Sumber Data.....	31
4. Waktu dan Tempat Penelitian.....	31
5. Teknik Pengumpulan Data	31
6. Metode Analisis Data	33
7. Pemeriksaan Keabsahan Data	35
H. Sistem Penulisan.....	35
BAB II GAMBARAN UMUM.....	37
A. Indonesia Yogyakarta dan K-Pop.....	37
B. Yogyakarta dan K-Pop Anak Muda.....	39
C. Komunitas K-Pop Anak Muda di Yogyakarta.....	41
D. Kegiatan Penggemar K-Pop di Yogyakarta.....	43
E. Profil Informan.....	45

BAB III HASIL PENELITIAN PROSES INTERNALISASI, BENTUK DAN EKSPRESI MAHASISWA PENGGEAR K-POP DI YOGYAKARTA.....	49
A. Proses Internalisasi Budaya K-Pop Melalui Gaya Hidup Pada Mahasiswa di Yogyakarta : Pengalmam Aria Ulfa.....	50
1. K-Pop sebagai Terapi dan Transformasi Personal.....	50
a. Aktivitas Penggemar K-Pop.....	53
b. Pola Konsumsi.....	60
2. Bentuk dan Ekspresi Penggema Penggemar K-Pop.....	64
a. Ekspresi Diri Melalui Media Sosial.....	64
b. Perilaku Sosial dan Ekspresi Sehari-hari.....	69
B. Proses Intenalisasi Budaya K-Pop Melalui Gaya Hidup Pada Mahasiswa di Yogyakarta: Pengalaman Dewi Amara.....	74
1. K-Pop sebagai Aktualisasi Diri: Pengalaman Dewi Amara	74
a. Aktivitas Penggemar K-Pop.....	80
b. Pola Konsumsi	89
2. Bentuk dan Ekspresi Penggemar K-Pop.....	93
a. Ekspresi Diri melalui Media Sosial.....	93
b. Perilaku Sosial dan Ekspresi Sehari-hari.....	97
C. Proses Internalisasi Budaya K-Pop Melalui Gaya Hidup Pada Mahsiswa di Yogyakarta: Pengalaman Rere.....	100
1. K-Pop sebagai Peluang Untuk Berinteraksi.....	100
a. Aktivitas Penggemar K-Pop.....	103
b. Pola Konsumsi.....	107
2. Bentuk dan Ekspresi Penggemar K-Pop.....	110
a. Ekspresi Diri melalui Media Sosial.....	110
b. Perilaku Sosial dan Ekspresi Sehari-hari.....	114
BAB IV ANALISIS PEMBENTUKAN IDENTITAS: GAYA HIDUP MAHASISWA PENGGEAR K-POP MELALUI FENOMENA KOREAN WAVE.....	118
A. Proses Internalisasi Melalui Gaya Hidup.....	119
B. Bentuk dan Ekspresi Penggemar K-Pop.....	128
BAB V PENUTUP.....	135
A. Kesimpulan.....	135
B. Sumbangan Penelitian.....	136
C. Keterbatasa Penelitian.....	137
DAFTAR PUSTAKA.....	138
LAMPIRAN.....	142

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi yang terjadi begitu cepat menjadikan internet sebagai bagian dari kehidupan masyarakat. Teknologi dalam media komunikasi menjadi kebutuhan utama masyarakat di era digital ini. Dengan berkembangnya media komunikasi, menyebabkan komunikasi menjadi tidak terbatas ruang, jarak, dan waktu. Hadirnya komunikasi berbasis internet mempermudah setiap orang untuk memberikan informasi maupun mendapatkan informasi. Fenomena ini menjadi sarana dalam pengenalan dan pertukaran budaya antar negara. Hal ini secara tidak langsung memberi ruang terbuka untuk masuknya budaya populer.

Budaya populer merupakan hasil produksi budaya yang menempati unsur populer dengan menjadikan media massa sebagai sumber utama kekuatan dalam menyebarkan pengaruhnya.¹ Masuknya budaya populer yang beriringan dengan perkembangan teknologi menyebabkan terjadinya peleburan budaya yang menyebar secara cepat dan mudah berkembang. Masyarakat secara tidak sadar berperan dalam membentuk budaya populer

¹ Hong, E. Korean Cool: Strategi Inovatif Di Balik Ledakan Budaya Pop Korea.(Yogyakarta: Bentang,2015)

melalui media informasi yang diperoleh dari kehadiran internet.² Budaya - populer menjadi budaya yang diminati masyarakat dalam menghimpun berbagai budaya dan nilai-nilai yang dimodifikasi melalui teknologi jejaring internet. Sehingga dapat dikatakan bahwa budaya populer memiliki kekuatan untuk menyesuaikan dengan arus *trend* yang sedang diminati masyarakat.

Asia turut serta berkontribusi dalam penyebaran hasil budaya populer. Korea Selatan yang biasa dijuluki “Negeri Ginseng” ini menjadi salah satu negara yang berhasil memproduksi dan menyebarkan hasil kebudayaannya berkembang di ranah internasional, tak terkecuali di Indonesia. Budaya Korea berkembang dan diterima dengan baik oleh masyarakat luas dipicu dengan kemampuan budaya Korea dalam menyajikan bentuk budaya yang dapat dinikmati oleh semua kalangan, terutama generasi muda. Penyajian bentuk budaya populer Korea ini beragam mulai dari musik, drama, film, *fashion*, maupun *variety show*.³ Segala sesuatu yang berhubungan dengan Korea selalu menjadi sorotan di kalangan masyarakat. Fenomena menyebarluasnya budaya Korea ini disebut sebagai *Korean Wave* atau dalam bahasa korea disebut *Hallyu*.⁴

² Ilona V. Oisina Situmeang, “Pemanfaatan Media Massa Terhadap Hallyu Sebagai Budaya Populer Dan Gaya Hidup Mahasiswa (Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bunda Mulia, Jakarta).” *Komunikologi* 12 no.1 (2015)

³ Lombok Hermanto Sihombing. “Pengaruh Budaya Kpop Bagi Penggemarnya: Sebuah Analisis Kajian Blog.” *Jurnal Makna* 3 no. 1 (2018):56-76

⁴ Arif Rahman Hakim, Ardhini Mardhiyah, Dika Muhammad Irham, dkk. “Pembentukan Identitas Diri Pada Kpopers.” *Motiva: Jurnal Psikologi* 4 no.1 (2021):18-31

Awal mula penyebaran budaya populer Korea di Indonesia ini berawal dari tahun 2002, setelah acara *Korea-Japan World Cup 2002*. Korea Selatan berhasil menjadi sorotan dalam pelaksanaan ajang perhelatan sepak bola dunia. Berkat dari peristiwa tersebut aspek budaya menjadi pusat perhatian. Setelah momentum piala dunia usai, beberapa stasiun televisi tanah air menyambut masuknya budaya-budaya populer Korea Selatan seperti drama musikal, musik, film yang berasal dari Korea Selatan.⁵ Stasiun televisi pertama yang menayangkan Korea Drama atau K-Drama yaitu Trans TV yang berjudul *Mother's Sea* pada 26 Maret 2002. Menyusul indosiar dengan K-Drama berjudul *Endless Love* pada 1 Juli 2002.⁶ Tidak hanya dalam bidang perfilman namun rupanya Korea juga menginvasi penggemarnya melalui musik. Korea Selatan sukses memimpin industri hiburan khususnya musik yang biasa disebut *Korean Pop* atau K-Pop dilatar belakangi karena peminat konsumsi akan grup musik yang berasal dari *boyband* dan *girlband* asal Korea Selatan.

Berbicara mengenai K-Pop tentunya tidak bisa lepas dari *girlband* asal Korea Selatan "*BlackPink*" yang sedang digandrungi di Indonesia yang dijadikan bintang iklan untuk campaign *e-commerce* Shopee 12.12 dan terpilih sebagai *Brand Ambassador E-Commerce* Tokopedia yang kemudian tampil melalui layar televisi dalam acara Tokopedia WIB TV pada bulan

⁵ Cakrayuri Nuralam, Bukti Nyata Laga Korea Selatan di Piala Dunia 2002. Diatur FIFA <https://m.liputan6.com/bola/read/2245321/bukti-nyata-laga-korea-selatan-di-piala-dunia-2002-diatur-fifa>

⁶ Idola Perdini Putri, Farah Dhiba Putri Liany, Reni Nuraeni. "K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia." Jurnal ProTVF. 3 no.1 (2019):68-80

Januari 2021. Disusul pada tahun berikutnya pada Juli 2022 Tokopedia kembali menjadikan *boyband* asal Korea “BTS” turut serta tampil di televisi. Ramainya penggemar K-Pop yang antusias melihat saluran televisi tersebut hanya fokus untuk melihat idolanya tampil di televisi. Dikutip dari media online CNN, Berdasarkan laporan dari Twitter yang dirilis pada Rabu, 26 Januari 2021 menurut *unique authors*, Indonesia merupakan negara dengan jumlah penggemar K-pop terbesar dan tercatat sebagai negaran yang paling banyak membicarakan K-Pop di media sosial twitter.⁷

Selain di media komunikasi televisi, penggemar K-Pop menunjukkan eksistensinya sebagai penggemar K-Pop di media sosial. Hal ini dibuktikan dengan kekompakan dari penggemar K-Pop di media sosial tidak bisa diragukan. Penggemar K-Pop menghabiskan waktunya untuk menonton musik video K-Pop saat idol nya *comeback*, sebagai bentuk dukungan dan tanda apresiasi dari penggemar atas idolnya yang sudah bekerja keras. Istilah *comeback* dalam dunia K-Pop merujuk pada perilisan musik baru oleh grup musik. Sehingga tak heran jika Indonesia juga menduduki peringkat ke-4 sebagai negara dengan penggemar K-Pop yang paling banyak *streaming Music Video/MV K-Pop*⁸ *Comeback* BTS pada 21 Agustus 2020 Music Video milik BTS dengan judul “*Dynamite*” mencapai 1.5 miliar penonton MV berhasil memecahkan rekor *Guinness Word Record* untuk kategori “*Most Viewed YouTube Music Video in 24 Hours by a K-Pop*

⁷ www.cnnindonesia.com/hiburan/2022012602028-227-750i

⁸ Handaningtias, U. R., Indriyany, I. A., & Nurjuman, H. “Dekonstruksi Makna Maskulinitas pada Trend Korea Pop (K-POP) Sebagai Praktik Identitas Remaja.” Untirta Press (2018):267–283

Group” untuk video YouTube dengan jumlah penonton terbanyak mencapai angka 1.6 milyar penayangan, memecahkan rekor sebelumnya yang dipegang oleh BlackPink dengan lagu “DDU-DU-DDU-DU”.

Melihat antusias masyarakat terhadap K-Pop semakin tinggi, maka promotor musik beramai-ramai mengadakan konser musik K-Pop. Hal ini didasari dengan keyakinan bahwa berapapun harga tiket konser pasti akan dibeli oleh penggemar K-Pop. Seperti *girlband BlackPink* yang berasal dari *YG Entertainment* menyapa penggemar mereka yang biasa disebut “Blink” di Indonesia dalam konser yang bertajuk “*Born Pink World Tour*” pada 11 dan 12 Maret 2023 di Stadion Glora Bung Karno, Jakarta Pusat. Dalam kurun waktu 2 hari total sebanyak 140.000.00 orang berantusias untuk melihat idol mereka. Dengan mematok harga Rp.3.800.000 untuk VIP, Rp.3.400.000 untuk kelas platinum, Rp.2.900.000 untuk Cat 1, Rp.2.600.00 untuk CAT 2, Rp.2.100.00 untuk Cat 3 dan Rp. 1.350.00 untuk Cat 4. Tiket konser yang dijual melalui mitra resmi penjualan Tiket.com pada 14 dan 15 November 2022 terjual habis dalam waktu 15 menit pertama.

Dengan adanya konstruksi identitas kelompok penggemar, ini bisa mempengaruhi bagaimana kelompok penggemar berperan sebagai agen sosial yang terlibat dalam aksi kemanusiaan. Perilaku solidaritas kelompok penggemar dalam kegiatan kemanusiaan melalui donasi di KitaBisa.com yang di selenggarakan oleh kelompok penggemar BTS yang tergabung dalam suatu komunitas penggemar yang biasa disebut fandom dengan sebutan “*Army*” ini berusaha untuk menunjukkan identitas mereka sebagai

kelompok penggemar yang peduli dengan lingkungan sekitarnya, selain itu penggalangan dana dilakukan atas nama fandom. Seperti penggalangan dana untuk korban tragedi Kanjuruhan dana yang dikumpulkam melalui proyek hasil inisiasi BTS ARMY Project Lombok via laman Kitabisa.com mencapai Rp.420.390.217.⁹ Disini *Army* berusaha membentuk citra diri yang baik komunitas dan juga idolnya dihadapan masyarakat agar menjadi bukti bahwa kegiatan solidaritas yang ada merupakan bukti kepada masyarakat indonesia bahwa penggemar K-Pop terutama *Army* tidak hanya komunitas yang mendukung idolnya saja , tetapi masih menjadi bagian dari masyarakat yang masih memiliki kepedulian tinggi terhadap isu-isu yang terjadi di lingkungan sekitarnya.¹⁰

Hal ini menunjukan bahwa penggemar K-Pop di Indonesia sudah menunjukan eksistensi identitas sebagai penggemar K-Pop di sosial media yang turut serta membantu penyebaran budaya populer ini. Dengan tujuan agar penggemar dengan idolanya dapat saling terhubung melalui media sosial tersebut. Semakin tinggi tingkat pengidolaan terhadap identitas seseorang, maka semakin tinggi pula keterlibatan dengan sosok yang diidolakan tersebut. Ini merupakan bentuk perilaku dari kelompok penggemar dalam praktik budaya populer.¹¹

⁹ www.cnnindonesia.com/hiburan/20221004142339-248-856209/army-indonesia-galang-dana-untuk-tragedi-kanjuruhan-tembus-rp420-juta/amp

¹⁰ Theofillia Agatha, Lusia Savitri Setyo Utami. "Perilaku Solidaritas Penggemar ARMY (Studi Kasus BTS Meal). Jurnal Koneksi Vol.7 No.1 2023

¹¹ Clarissa Maharani Cesara, Yuliani Rachman Putri, S. IP., M, M. "Analisis Gaya Hidup Penggemar Pada FandomK-Pop (Studi Pada Penggemar Wanna One Dalam Fandom Wannable Indonesia)." e-Proceeding of Management 7, no.3 (2020)

Dengan maraknya remaja yang mengikuti perkembangan mengenai K-Pop tersebut menyebabkan munculnya perubahan dari aspek perilaku, nilai dan gaya hidup remaja. Kepribadian remaja cenderung terbentuk dari yang dilihat dalam kehidupan sehari-hari. Berbagai tokoh idola berpengaruh terhadap perubahan yang terjadi pada diri remaja. Sehingga tokoh idola dapat mengubah opini remaja terhadap beragam identitas.¹² Dengan adanya lintas budaya, pilihan individu terhadap suatu produk budaya yang dikonsumsi akan termanifestasi dalam gaya hidup.¹³

Penggemar menginternalisasi budaya-budaya Korea pada diri mereka, seperti menggunakan bahasa Korea, meniru gaya berpakaian, menikmati hiburan yang diciptakan oleh mereka, memilih gaya tata rias Korea, dan memakan makanan khas Korea.¹⁴ Semakin tinggi intensitas remaja menonton tayangan K-Pop, maka semakin tinggi pula kecenderungan untuk mengikuti gaya hidup artis-artis K-Pop.¹⁵ Fenomena Korean Wave dapat mempengaruhi pola hidup dan cara berpikir masyarakat yang dipengaruhi. Gaya hidup dianggap sebagai wujud dari budaya populer yang berupa tampilan hidup individu dalam membentuk citra diri dimasyarakat. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan seseorang” yang

¹² Miftahun Janah. “Gambaran Identitas Diri Remaja Akhir Wanita Yang Memiliki Fanatisme K-Pop Di Samarinda.” Jurnal Psikoborneo 2 No.1 (2014):37

¹³ Ni’matus Solihah., Ajat Sudrajat. “Dampak Modernitas K-pop Pada Gaya Hidup Siswi Di Sekolah berbasis pesantren.” Jurnal Sosiologi Reflektif 13 no.1 (2018):5

¹⁴ Hesty Kartikasari, Arief Sudrajat. “Makna Pembelian Album Fisik Bagi Penggemar Budaya Pop Korea. Jurnal Analisa Sosiologi 11 no.3 (2022)

¹⁵ Ni’matus Solihah dan Ajat Sudrajat. “Dampak Modernitas K-pop Pada Gaya Hidup Siswi Di Sekolah Berbasis Pesantren.” Jurnal Sosiologi Reflektif. 13 no.1 (2018): 39

berinteraksi dengan lingkungannya¹⁶. Setiap individu menentukan pilihan atas sesuatu yang melekat pada dirinya yang nantinya akan disebut sebagai identitas sosial. Seperti halnya penggemar yang menyukai K-Pop maka akan dilihat sebagai K-Pop *lovers* atau K-Popers.

Yogyakarta yang akrab dikenal dengan “Kota Pelajar”, menjadikan produk *Korean Wave* berkembang dengan pangsa pasar mahasiswa yang berada di Yogyakarta. *Korean Wave* tidak hanya mampu memasarkan produk budaya Korea, namun turut mampu memasarkan produk komersial kepada publik berbagai negara. Salah satu bentuk produk komersial yang populer di Indonesia adalah produk makanan khas Korea yang telah berhasil menjadi trend pilihan kuliner bagi masyarakat Indonesia, sehingga sudah banyak restoran Korea hadir di Indonesia.¹⁷ Yogyakarta menjadi salah satu daerah yang turut terkena dampak penyebaran produk komersial budaya Korea, terhitung pada tahun 2019 di Yogyakarta terdapat sekitar 19 restoran Korea di Yogyakarta. Berdasarkan survey yang dilakukan Ummul Hasanah dan Th.Avilla Rencidiptya dengan mahasiswa Diploma Bahasa Korea sekolah Vokasi Universitas Gajah Mada, ditemukan 70.5% dari 44 responden menyatakan menyukai makanan Korea, disebabkan mereka memang menyukai makanan Khas Korea. Dan survey menunjukan

¹⁶ Olivia. M. Kaparang. “Analisa Gaya Hidup Remaja Dalam Mengitimitasi Budaya Pop Korea Melalui Televisi.”Jurnal Acta Diurna II no.2 (2013)

¹⁷ FrulyndeseK.Simbar. “Fenomena Konsumsi Budaya Korea Pada Anak Muda di Kota Manado, Holistik 18 (2016):1-20

teradapat 3 restoran Korea di Yogyakarta yang menjadi favorit yaitu Sarangeui Oppa, Chingu Café, dan Hanbingo.¹⁸

Sleman City Hall Yogyakarta menjadi tuan rumah dalam acara Solopos Media Group menyemarakkan Ulang Tahunnya yang ke-25 dengan menyapa generasi muda melalui event *Korean Wave#2* pada 22-25 September 2022. Dengan mengangkat tema “*Greet The Culture, Be The Citizens of The Word*”. Alvari Kunto Prabowo selaku Seniro Manager Solopos Media Group, Deni Sastra Wijaya selaku General Manager SCH dan Kepala Dinas Pemuda dan Olahraga Sleman, Agung Armanwanta. Sangat mendukung festival budaya *Korean Wave* ini untuk menjadi wadah generasi muda berekspresi melalui *Korean Wave* yang menjadi salah satu event kolaborasi terbesar di Yogyakarta dan Jawa Tengah. Ini merupakan kedua kalinya setelah *Korean Wave* diselenggarakan pada Mei 2022 di Solo Grand Mall. Menampilkan berbagai macam produksi budaya *Korean Wave* dengan kompetisi, *talkshow*, dan *noraebang* atau karaoke ala Korea.¹⁹ Event ini banyak diikuti oleh berbagai Komunitas Penggemar K-Pop yang ada di Yogyakarta, Salah satunya INAKAF Yogyakarta dan Jogja K-Pop Family (JKF). Selain itu terdapat akun media sosial Instagram @jogjakpopermedia yang menjadi wadah dalam penyebaran portal info dan media partner event K-Pop di Yogyakarta sejak 2016. Hal ini menjadi bukti nyata bahwa di

¹⁸ Ummul Hasanah, Th.avilla Rendiciptya. “Daya Tarik Menjamurnya Restoran Korea Di Yogyakarta. Jurnal Sosiologi Reflektif 14 no.2 (2020):255-270

¹⁹ <https://www.google.com/amp/s/m.solopos.com/pecinta-k-pop-merapat-korean-wave-digelar-4-hari-di-sleman-city-hall-14299008/amp>

Yogyakarta tersebar generasi muda penggemar K-Pop. Dengan banyaknya produk K-Pop yang tersebar di Yogyakarta sampai terinternalisasi dalam bentuk gaya hidup sehari-hari dan aktif mengonsumsi bentuk kebudayaan populer yang dikemas dalam bentuk hiburan, teknologi, bahasa, kuliner, dan *fashion*.

B. Rumusan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang, rumusan masalah penelitian ini adalah: Bagaimana proses internalisasi Budaya K-Pop pada mahasiswa di Yogyakarta sebagai penggemar K-Pop?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan :

- a. Mengetahui proses internalisasi budaya K-Pop pada mahasiswa di Yogyakarta
- b. Mengidentifikasi bentuk dan ekspresi penggemar K-Pop pada mahasiswa di Yogyakarta
- c. Menelisik gaya hidup penggemar K-Pop pada mahasiswa di Yogyakarta

D. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan hasil penelitian dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun manfaat secara praktis. Sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan dan khasanah khususnya sosiologi kebudayaan. Selain itu kajian mengenai

perubahan gaya hidup setelah menjadi seorang K-Popers masih jarang diteliti dalam ranah sosiologi kebudayaan. Diharapkan dapat menjadi dasar pengembangan bagi penelitian selanjutnya yang memiliki kesamaan tema penelitian.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan menjadi pemodan agar lebih bijak dalam menyikapi adanya budaya populer terkhusus *Korean Wave* agar tidak melupakan kebudayaan negara Indonesia sendiri. Menjadi bahan evaluasi sebagai dasar dalam melakukan pengembangan kebijakan mengenai kehidupan berinternet sebagai sarana masuknya budaya baru ke Indonesia yang berpotensi mempengaruhi gaya hidup para remaja. Kemudian melalui kebijakan tersebut dapat menguatkan budaya lokal, menjaga kebudayaan lokal yang memiliki nilai leluhur serta meningkatkan rasa nasionalisme pada kebudayaan Indonesia.

E. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka merupakan informasi terdahulu yang digunakan dalam penelitian. Tinjauan Pustaka dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan terkait kekurangan maupun kelebihan dari penelitian. Dari hasil studi pustaka yang peneliti lakukan terdapat beberapa penelitian yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini. Hasil dari tinjauan pustaka yang dilakukan, kajian *Korean Wave* dengan remaja dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori, yaitu kajian yang menitikberatkan pada (1) subjek

penelitian (komunitas, remaja, mahasiswa dan pelajar), jumlah penelitian yang berfokus pada komunitas terdiri dari 2 penelitian, pelajar 1 penelitian, remaja 3 penelitian, dan mahasiswa 2 penelitian. (2) metode penelitian, jumlah penelitian dengan metode kuantitatif 8 penelitian (3) fokus penelitian yang dikaji (proses internalisasi pengaruh K-Pop terhadap gaya hidup dan bentuk maupun ekspresi penggemar K-Pop). Dikarenakan minimnya literatur tentang proses internalisasi dan bentuk serta ekspresi penggemar K-Pop, peneliti menambahkan satu penelitian yang berkaitan dengan gaya hidup penggemar suatu produk Korean Wave lainnya yaitu Drama Korea. Berikut penjelasan mengenai penelitian terdahulu yang digunakan dalam skripsi ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Sukma Fatmi, Damar Wibisono, dan Usman Raidar²⁰ meneliti mengenai bagaimana pengaruh yang dibawa oleh K-Pop mempengaruhi gaya hidup yang berhubungan dengan identitas diri sebagai K-Popers. Penelitian ini bertujuan pula untuk mengetahui gaya hidup dari komunitas penggemar K-Pop. Sehingga data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui observasi, dokumentasi dan wawancara mendalam kepada komunitas ARMY Lampung. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menyatakan bahwa gaya hidup menjadi konsep penting dalam memahami perilaku individu dan kelompok dalam konteks budaya populer. Gaya hidup dapat diukur dengan 3 dimensi,

²⁰Sukma Fatmi, Damar Wibisono, Usman Raidar. "Gaya Hidup Komunitas Korean Pop (Komunitas ARMY) di Kota Bandar Lampung". *Sociologie Jurnal Ilmiah Mahasiswa Sosiologi*, Vol.2 No.1 (2023)

yaitu aktivitas, minat dan opini. Aktivitas berupa tindakan nyata melalui kegiatan untuk mengisi waktu luang. Minat menjadi keinginan terhadap suatu objek. Dapat dikur dari prioritas yang mendasari perilaku dalam menentukan keputusan. Nilai-nilai yang dianut dalam hidupnya akan menjadi prinsip dalam mengarahkan hidupnya yang dipandang berharga. Opini berupa pandangan tentang topik yang terjadi dilingkungan sekitar. Terdapat 2 faktor yang mempengaruhi gaya hidup yaitu faktor internal yang berupa sikap, pengalaman, pengamatan, keperibadian, konsep diri, motif, dan persepsi. Faktor eksternal meliputi kelompok referensi, keluarga, kelas sosial, dan kebudayaan. Dengan demikian kesamaan penelitian ini yakni hendak mengetahui gaya hidup yang berasal dari status dirinya sebagai penggemar K-Pop. Perbedaanya terdapat pada lokasi penelitian dan informan yang diteliti, informan yang difokuskan dalam penelitian ini adalah anggota komunitas ARMY di Lampung. Selanjutnya yang menjadi pembeda yaitu penelitian ini turut serta membahas mengenai manfaat dan masalah yang dihadapi selama menjadi anggota komunitas Korean Pop.

Syafitri Hidayati dan Suheri Harahap ²¹ dalam penelitiannya menunjukkan bahwa pola konsumsi yang dilakukan oleh remaja penggemar K-Pop merupakan bentuk dan ekspresi yang mengarah pada penciptaan tidak langsung dari proses pembentukan identitas gaya hidup. Dengan mengonsumsi objek, maka secara tidak langsung turut serta mengonsumsi

²¹Syafitri Hidayati dan Suheri Harahap. "Analisis Perilaku Sosial Masyarakat Perkotaan Dalam Pembelian Merchandise Pada Kalangan Remaja K-Pop Di Kota Medan." Jurnal Noken:Ilmu-Ilmu Sosial Vol.10 no.2(2024)

tanda. Dalam proses konsumsi seorang sudah berusaha untuk mendefinisikan dirinya melalui selera dan gayanya. Konsumsi objek yang dilakukan remaja bukan berdasarkan pada hakikat proses konsumsi yang merupakan sebuah nilai tukar, melainkan proses konsumsi yang berlandaskan pada simbol atau *sign* sebagai bagian dari identitas sosial dan ekspresi diri. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan observasi partisipatif. Dengan demikian penelitian ini memiliki kesamaan pada topik pembahasan mengenai ekspresi sikap remaja sebagai penggemar *Korean Wave* yang terefleksi terhadap gaya hidup. Namun pada penelitian ini lebih berfokus pada perilaku konsumen.

Samudra Sindy Pertiwi, Triyono Lukmantoro, dan Amida Yusriana²² menyatakan bahwa interaksi sesama penggemar K-Pop yang terjadi di media sosial membentuk sebuah perasaan atau ilusi kedekatan yang dirasakan penggemar. Bentuk ekspresi sisi fanatisme sebagai penggemar ditunjukkan dengan keikutsertaan dalam aktivitas penggemar seperti keikutsertaan dalam konser, pembuatan konten yang berkaitan dengan K-Pop berupa serta mengoleksi atribut yang berkaitan dengan K-Pop seperti *merchandise* dan album official. Ekspresi fanatisme tercermin melalui budaya partisipatoris dimana penggemar tidak hanya mengkonsumsi media dan teks namun turut memproduksi serta mendistribusikannya.

²²Samudra Sindy Pertiwi, Triyono Lukmantoro, dan Amida Yusriana. "Ekspresi Fanatisme Army Penggemar BTS (Perempuan) di Indonesia dalam Instagram". *Interaksi Online* 11 no.4 (2023)

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan fenomenologi dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Dengan demikian penelitian ini sama-sama membahas mengenai cara penggemar K-Pop mengekspresikan ketertarikannya pada musik K-Pop. Namun pada penelitian ini lebih berfokus pada bentuk ekspresi yang ditampilkan pada sosial media Instagram.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Mutiara Dewi Rahma dan Agus Machfud Fauzi²³ memiliki garis besar tujuan penelitian untuk mengetahui makna simbolik remaja dalam mengekspresikan fanatisme sebagai penggemar K-Pop. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan etnometodologi. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan didapatkan hasil penelitian bahwa terdapat berbagai makna simbolik yaitu, makna simbolik identitas diri yang berarti kegiatan penggemar dapat memberikan rasa identitas diri yang kuat. Makna simbolik ekspresi diri yang berarti tidak hanya menggemari namun juga bentuk ekspresi diri. Makna simbolik keterikatan emosional yang berarti musik, lirik dan interaksi sesama penggemar berperan dalam menciptakan ikatan emosional. Terakhir makna simbolik panutan dan inspirasi yang berarti menjadi sumber inspirasi dalam meniru gaya hidup, bahasa, gaya berpakaian, dan kualitas pribadi.

²³ Mutiara Dewi Rahma, Agus Machfud Fauzi. "Fanatisme Remaja Penggemar Musik Populer Korea (K-Pop) Pada Budaya K-Pop Dalam Komunitas EXO-L di Surabaya". Paradigma vol.12 no.01 (2023)

Dewi²⁴ dalam skripsinya mengkaji mengenai dampak hadirnya budaya K-Pop pada anggota komunitas Nctzen di Pekalongan. Jenis penelitian yang dilakukan menggunakan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan. Teknik pemilihan informan menggunakan *purposive sampling* yang merupakan anggota komunitas Nctzen di Pekalongan. Teori yang digunakan adalah teori postmodernisme Mike Featherstone untuk mendalami temuan penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekspresi budaya K-Pop pada kehidupan sehari-hari dibedakan menjadi Konteks verbal dan non verbal. Bentuk ekspresi dalam bentuk verbal berupa pemilihan diksi Korea dalam komunikasi lisan, pemilihan diksi dalam komunikasi media sosial dan pemilihan musik. Sedangkan bentuk ekspresi budaya K-Pop dalam konteks non verbal berupa *fashion style*, pilihan konsumsi barang atau massa yang berhubungan dengan K-Pop. Penelitian ini memiliki kesamaan objek penelitian yakni gaya hidup, namun penelitian ini hanya berfokus pada bentuk ekspresi budaya K-Pop bagi anggota komunitas Nctzen di Pekalongan.

Penelitian oleh Benedita Evi Maryani, Rustiyarso, dan Nining Ismiyanti²⁵ menunjukkan bahwa proses atensi dalam mengimitasi drama Korea berupa pengulangan aktivitas sehari-hari yang berkaitan dengan drama Korea secara rutin di waktu luang. Retensi atau proses pengulangan

²⁴ Tiara Kusuma Dewi. "Dampak Budaya K-Pop Terhadap Gaya Hidup Remaja (Studi pada komunitas Nctzen Pekalongan)". Eprint.walisongo (Universitas Islam Negeri Walisongo, 2023)

²⁵ Benedita Evi Maryani, Rustiyarso, Nining Ismiyanti. "Gaya Hidup Imitasi Penggemar Drama Korea di Program Studi Sosiologi FKIP Universitas Tanjungpura Pontianak". Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa (JJKP) 11 no.5 (2022)

menjadi salah satu proses penting dalam imitasi “tingkah laku yang akan ditiru, harus disimbolisasikan dalam ingatan, baik dalam bentuk verbal dan imajinasi. Representasi verbal memungkinkan untuk mengevaluasi secara verbal tingkah laku yang diamati untuk menentukan mana yang dibuang dan ditiru yang ditopang dengan pengulangan. Dalam proses produksi perilaku, para penggemar memilih mengimitasi gaya *fashion* dan *makeup* untuk kepercayaan diri. Salah satu faktor penting saat terjadinya imitasi adalah “sebelum meniru orang lain, perhatian harus dicurahkan ke orang itu.” Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan metode deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Dengan begitu penelitian ini sama-sama membahas mengenai aspek-aspek gaya hidup yang dipengaruhi akibat Korean Wave. Namun pada penelitian ini lebih berfokus pada proses kognitif berupa (perhatian, retensi, produksi, perilaku, dan konsumsi) penggemar drama Korea.

Penelitian oleh Friska Aprilia Simanjuntak, Hambali, dan Indra Primahardani,²⁶ menunjukkan bahwa Korean Wave membawa berbagai dampak pada gaya hidup, seperti adanya perubahan keadaan mental, menciptakan ruang lingkup pertemanan yang luas, adanya perubahan pada gaya berpakaian, gaya rambut, gaya berbicara, dan menjadi lebih konsumtif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan

²⁶ Friska Aprilia Simanjuntak, Hambali, Indra Primahardani. “Studi Tentang Dampak Korean Wave Dalam Gaya Hidup Mahasiswa Universitas Riau”. *Journal of Science and Education Research*. Vol 1 no.2 (2022)

metode deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dengan begitu pada penelitian ini sama-sama membahas mengenai perubahan indikator-indikator gaya hidup yang dipengaruhi akibat *Korean Wave*. Namun pada penelitian ini juga turut memparkan mengenai faktor pendorong menjadi seorang K-Popers.

Farah Fikriyah²⁷ menunjukkan bahwa produk yang dihasilkan dari proses internalisasi nilai-nilai sosial yang dialami individu akan membentuk sebuah habitus. Habitus dapat dibentuk dengan melakukan interaksi dengan lingkungan sosial dan aktor sosial didalamnya. Individu yang melakukan tindakan sosial yang berhubungan dengan produk *Korean Wave* menyebabkan munculnya habitus "*fangirling*". *Fangirling* dalam dunia K-Pop merujuk pada aktivitas yang dilakukan penggemar perempuan untuk menunjukkan kekaguman terhadap K-Pop. Dengan melakukan habitus *fangirling* maka menyebabkan perubahan pada gaya penampilan, gaya bicara dan gaya hidup yang dimiliki. Lingkungan tempat tinggal, lingkungan bermain, dan lingkungan sekolah mempengaruhi proses internalisasi yang kemudian membentuk habitus "*fangirling*". Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data berupa pengamatan, wawancara, dan dokumentasi. Kesamaan penelitian terapat pada proses internalisasi budaya *Korean Wave* sebagai

²⁷ Fikriyah, F. "Internalisasi Budaya *Korean Wave* di Kalangan Pelajar K-Popers di SMA Negeri 15 Surabaya." *Jurnal Paradigma* 11 no.1 (2022)

seorang K-Popers. Namun, penelitian ini berfokus pada proses terbentuknya habitus “fangirling” dengan menggunakan teori habitus oleh Bourdieu.

Dalam penelitian ini peneliti mengambil fokus pada penelitian tentang proses internalisasi produk Korean wave berupa musik Korea atau K-Pop terhadap gaya hidup penggemar yang bentuk oleh pengalaman menjadi penggemar K-Pop dan mengidentifikasi melalui bentuk dan ekspresi penggemar K-Pop. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah objek penelitian, dimana dalam penelitian ini yang akan menjadi objek penelitian mahasiswa penggemar k-pop di Yogyakarta. Kemudian perbedaan lain dengan penelitian terdahulu adalah tempat penelitian, pada penelitian ini akan dilaksanakan di Yogyakarta.

Metode dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi dengan cara pengumpulan data berupa wawancara dan observasi. Serta penelitian yang membahas mengenai pengaruh produk budaya Korean Wave berupa musik Korea (K-Pop) terhadap gaya hidup penggemar K-Pop masih belum terlalu banyak dibahas pada ranah sosiologi.

F. Landasan Teori

1. Kerangka Konseptual

A. Korean Wave

Korean Wave atau dalam Bahasa aslinya disebut *Hallyu*, terdiri dari dua bagian yaitu 한 “han” yang merujuk pada orang Korea dan 류 “ryu”

yang berarti ombak atau gelombang.²⁸ Menurut Robertson *Korean Wave* dikategorikan sebagai sebuah “Fenomena”. Terma *Korean Wave* Pertama kali dipopulerkan oleh para jurnalis di Beijing pada pertengahan tahun 1999 terkait dengan merebaknya popularitas K-Pop dengan cepat di Cina. Korean Wave merupakan istilah yang merujuk pada pertumbuhan fenomena budaya populer Korea dalam bentuk musik, drama dan film yang berasal dari Korea Selatan yang mendunia.²⁹ Terma ini kemudian digunakan untuk melabeli apapun yang berkaitan dengan popularitas Korea. Bentuk produk konsumsi budaya populer Korea ini beragam mulai dari musik, drama, film, *fashion*, kuliner maupun *variety show*.³⁰

Korean pop atau biasa disebut K-pop merupakan sebutan untuk produksi musik yang berasal dari Korea. K-pop telah menjadi icon dari Korea Selatan yang menjadi ciri khas budaya industri hiburan yang kini meenjadi konsumsi global. Iwabuci dalam Farah Fikriyah berpendapat bahwan Industri hiburan Korea dapat menyesuaikan dengan selera konsumen di seluruh dunia, sehingga seluruh produk Korean Wave dapat diterima dan dinikmati oleh masyarakat dengan beragam budaya.³¹ Menurut Leung K-pop telah menghasilkan kontrusi citra, seksualitas, feminitas, maskulinitas, dan moralitas baru pada masyarakat. Korean Pop pertama kali

²⁸ Hendri Yulius. All About Kpop. (Jakarta. Gramedia Widiasarma Indonesia 2013):4

²⁹ Rahmawati. C. The Massive Korean Wave in Indonesia and Its Effects in the Term of Culture.(2020)

³⁰ Lombok Hermanto Sihombing. “Pengaruh Budaya Kpop Bagi Penggemarnya: Sebuah Ananlisi Kajian Blog.” Jurnal Makna 3 no. 1 (2018):56

³¹ Farah Fikriyah. “Internalisasi Budaya Korean Wave di Kalangan Pelajar K-Popers di SMA Negeri 15 Surabaya.” Jurnal Paradigma 11 no.1 (2022)

muncul pada sekitar tahun 1930 di Korea Selatan yang kemudian berkembang pada tahun 1950 hingga 1960. Awal kemunculan K-Pop hanya terbagi menjadi beberapa genre yaitu *oldies* dan *rock*. Kemudian pada tahun 2000, Big Bang dan Rain menjadi pendatang baru dari Korea Selatan muncul dengan aliran musik hiphop dan R&B yang terinspirasi dari musik Amerika.³² Dalam perkembangannya saat ini genre K-Pop terdiri dari pop, *dance*, electropop, hip-hop, *rock*, dan R&B.

Eksistensi musik Korea berhasil mendobrak invasi budaya Korea di dunia khususnya di barat dengan munculnya penyanyi solo Park Jae-Sang atau lebih dikenal dengan PSY. Lagunya yang berjudul “Gangnam Style”, membuat PSY menjadi simbol yang baik bagi Korea. PSY yang terkenal di Korea dengan kelucuannya, bisa membuat gebrakan baru dengan lagu yang ringan dan tarian yang tidak biasa. Ciri Khas K-Pop terlihat dari koreografi tarian yang menarik dengan visual penampilan yang memukau menjadi daya tarik sendiri dalam industri musik K-Pop ini. Industri K-Pop yang mulai menguasai dunia ditandai dengan masuknya lagu K-Pop di tangga lagu internasional, seperti Billboard, Spotify, *Apple Music*.³³ Lagu K-Pop yang berhasil memasuki tangga lagu internasional ialah lagu “Gangnam Style” oleh PSY, BTS dengan lagu “Butter” dan “Dynamite”, serta lagu “Pink Venom” dan “Shut Down” yang dipopulerkan oleh Blackpink

³² Indrika Amrullah., Martha Tri Lestari. “Analisis Gaya Hidup Anggota Komunitas Korea Hansamo Bandung.” Jurnal e-Procing of Management 3 no.3(2016)

³³ Farah Fikriyah. “Internalisasi Budaya Korean Wave di Kalangan Pelajar K-Popers di SMA Negeri 15 Surabaya.” Jurnal Paradigma 11 no.1(2022)

Eksistensi K-Pop dapat dilihat pada taraf penggemarnya, mulai muncul kelompok penggemar yang saling terhubung di media sosial untuk saling bertukar informasi mengenai artis K-Pop kepada fans K-Pop.³⁴ Penggemar K-Pop melakukan aktivitas konsumsi seperti membeli album K-Pop, menonton konser K-Pop, mendownload *video performance*, menonton music video (MV), menyaksikan *variety show*, dan membeli *merchandise*, album, dan *lightstick*. Selain melakukan konsumsi penggemar K-Pop turut serta memproduksi produk K-Pop seperti membuat *cover dance video* yang diunggah ke youtube, melakukan cosplay seperti idolanya, menjadi fotografer saat ada event K-Pop dan menjual *merchandise*³⁵ Dengan memanfaatkan momen ini, manajemen K-Pop menjual apapun yang berkaitan dengan idola K-Pop, seperti *lightstick* yang berbeda-beda sesuai dengan lampu fandom masing-masing. Hal ini dijadikan ajang kesempatan oleh industri hiburan Korea untuk menciptakan banyak trend. Mulai menciptakan trend Busana atau *K-Fashion*, Kecantikan atau *K-Beauty*, dan trend makanan atau *Korean Street Food*. Untuk mempopulerkan trend tersebut Korea Selatan menggandeng Idol K-Pop untuk turut serta dijadikan media promosi. Dengan memanfaatkan kepopuleran para Idol K-Pop, Korea mampu menarik minat K-Popers untuk melakukan konsumsi produk asal Korea Selatan.

³⁴ Tiara Putri Ayu dan Fizzy Andriani. "Fanatismes Remaja Perempuan Penggemar Musik K-Pop." Jurnal Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi 2 no. 01 (2018)

³⁵ Yulia Etikasari. "Kontrol Diri Remaja Penggemar K-Pop (K-Popers)(Studi Pada Penggemar K-Pop di Yogyakarta)." Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan dan Konseling 4 no.3(2018)

B. Gaya hidup

Gaya hidup menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan pola tingkah laku sehari-hari segolongan manusia di dalam masyarakat. Gaya hidup menampilkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungan disekitarnya.³⁶ Gaya hidup merupakan bagaimana cara seseorang hidup yang dilihat dari bagaimana manusia mengisi waktu luang mereka (*activities*). Hal yang berharga yang dipikirkan (*interest*) dan bagaimana pendapat mereka mengenai dirinya dan lingkungan disekitarnya (*opinion*).³⁷

Sunarto menjelaskan bahwa gaya hidup memiliki 3 indikator yaitu activity, interest, dan opinion.³⁸

a. Aktivitas (*Activities*)

Dapat diidentifikasi melalui kegiatan yang dilakukan untuk mengisi waktu senggang, interaksi keseharian, dan cara berperilaku.

b. Minat (*Interest*)

Kegemaran yang disukai terhadap sesuatu benda, objek, atau hal yang dianggap penting dalam hidupnya. Mengenai alasan mendasar dari perilaku untuk menentukan pilihan.

³⁶ Kotler dan Keller, Manajemen Pemasaran, Edisi 12. (Jakarta. Erlangga 2021):192.

³⁷ Nugroho, Setiadi. Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen. (Jakarta. Kencana 2003) 80

³⁸ Silvy L Mandey. "Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen." Vol. 6 no.1 (2011):92

c. Opini (*Opinion*)

Pendapat serta perasaan individu mengenai permasalahan umum yang sering dijumpai dilingkungan masyarakat baik permasalahan sosial maupun ekonomi. Pandangan individu terhadap identitas dirinya sendiri dan penilaian orang lain terhadap identitas dirinya.

Dengan demikian gaya hidup dapat dimaknai sebagai suatu pola kehidupan yang tercermin melalui aktifitas, minat, dan pandangan seseorang. Gaya hidup merepresentasikan “kepribadian secara keseluruhan” dalam hubungannya dengan lingkungan sekitar.³⁹ Sehingga gaya hidup menjadi penanda yang membedakan status seseorang dari orang lain melalui simbol-simbol sosial yang dimiliki.

Dalam Abdus Sair menurut Chaney dalam bukunya yang berjudul “Lifestyle Sebuah Pengantar Komprehensif”. Menjelaskan konsep gaya hidup merupakan pola-pola tindakan yang menjadi pembeda antara manusia dengan manusia lainnya.⁴⁰ Chaney juga mengungkapkan bahwa pilihan gaya hidup yang disajikan kepada masyarakat merupakan hasil dari pergulatan individu dalam menemukan identitas dan penyesuaian diri dengan lingkungan tempat seorang berada.

³⁹ Olivia. M. Kaparang, “Analisa Gaya Hidup Remaja Dalam Mengitimitasi Budaya Pop Korea Melalui Televisi.” Jurnal Acta Diurna 11 no.2(2013)

⁴⁰ Arah Fella, Abdus Sair. “Menjadi Korea: Melihat Cara, Bentuk, Dan Makna Budaya Pop Korea Bagi Remaja Surabaya.” Journal of Urban Sociology 3 no.2(2020)

2. Landasan Teori: Fenomenologi Alfred Schutz

Fenomenologi adalah ilmu (*logos*) mengenai sesuatu yang tampak (*phenomenon*). Menurut Hegel dalam buku *Penelitian Kualitatif*, Fenomenologi mengacu pada pengalaman yang muncul pada kesadaran, Hegel menjelaskan bahwa fenomenologi merupakan ilmu yang menggambarkan apa yang diterima, dirasakan, dan diketahui seseorang didalam kesadarannya langsungnya dan pengalamannya. Sehingga yang muncul dari kesadaran itulah yang disebut sebagai fenomena.⁴¹ Penelitian fenomenologis berpusat pada pengalaman yang hadir dalam kesadaran individu sebagai bentuk intensionalitas. Dalam term fenomenologi, setiap pengalaman atau kesadaran selalu mengarah pada sesuatu. Melihat berarti melihat sesuatu, mengingat berarti mengingat sesuatu, menilai berarti menilai sesuatu. Objek tersebut menjadi fokus kesadaran yang terbentuk melalui persepsi terhadap suatu objek “nyata” atau melalui proses mengingat.⁴²

Menurut Schutz, fenomenologi berusaha menjembatani antara pengetahuan ilmiah dengan pengalaman sehari-hari, serta dengan aktivitas yang menjadi sumber dari pengalaman dan pengetahuan berasal. Dengan kata lain mendasarkan tindakan sosial pada pengalaman, makna dan kesadaran. Pokok pemikiran Schutz terletak pada upaya memahami

⁴¹ Abdi Hadi, Asrori, dan Rusman. “Penelitian Kualitatif: Studi Fenomenologi, Case Study, Grounded Theory, Etnografi, dan Biografi.” (Banyumas: Pena Perkasa 2021): 23

⁴² Jonathan A. Smith. “Psikologi Kualitatif: Panduan Praktis Metode Riset (Yogyakarta : Pustaka Pelajar 2009): 12

tindakan sosial melalui proses penafsiran. Proses penafsiran berfungsi sebagai sarana untuk memperjelas atau menguji makna yang sebenarnya sehingga dapat menghasilkan pemahaman yang lebih detail terhadap makna yang tersembunyi.⁴³ Proses pemaknaan diawali dengan arus pengalaman yang berkesinambungan yang dapat diterima oleh penginderaan.⁴⁴ Sehingga bagi Schutz, tindakan manusia selalu memiliki makna. Proses pemaknaan tidak terfokus pada pemikiran ilmiah sosial melainkan interpretasi terhadap kehidupan keseharian. Menurut Schutz dalam menelaah tindakan seorang yang umum dalam dunia kehidupan tidak dapat dilepaskan dari pengaruh biografinya, makna yang terbangun dari setiap interaksi yang terbangun tidak lepas dari latar belakang biografisnya.⁴⁵

Dalam teori Fenomenologi Alfred Schutz terdapat dua aspek utama yang perlu diperhatikan yaitu aspek pengetahuan dan tindakan. Menurut Schutz, inti dari pengetahuan dalam kehidupan sosial adalah peran akan sebagai alat pengendali kesadaran manusia dalam aktivitas kesehariannya. Seluruh pengalaman dapat disampaikan kepada orang lain melalui bahasa dan tindakan.⁴⁶ Hal ini terjadi karena akal berperan sebagai penghubung Antara proses penginderaan dengan pemikiran dan kesadaran.

⁴³ Kuswanto , Engkus. “Metodologi Penelitian Kualitatif (Remaja Rosda Karya:Bandung)(2005)

⁴⁴ Zainuddin Maliki. “Rekonstruksi Teori Sosial Modern” 1st ed(Yogyakarta:Gajah Mada University Press, 2012):284

⁴⁵ Abdi Hadi, Asrori, dan Rusman. “Penelitian Kualitatif:Studi Fenomenologi, Case Study, Grounded Theory, Etnografi, dan Biografi.” (Banyumas:Pena Perkasa 2021):24

⁴⁶ Prof. Dr. I.B. Irawan. “Teori-Teori Sosial Dalam Tiga Paradigma (Fakta Sosial, Definisi Sosial, dan Perilaku sosia). 1 st ed. (Jakarta:Kencana Prenada Media Grup 2012):137

Selain itu fenomenologi Schutz membedakan Antara makna dan motif. Makna berhubungan dengan cara individu menetapkan aspek penting dalam kehidupan sosialnya. Sedangkan motif mengacu pada alasan yang mendingi individu melakukan suatu tindakan.⁴⁷ Dalam pandangannya Schutz menjelaskan bahwa tindakan individu didorong oleh dua faktor yaitu motif sebab dan motif tujuan.

Motif sebab merupakan pandangan retroperspektif terhadap berbagai faktor yang menjadi penyebab individu melakukan tindakan tertentu.⁴⁸ Sedangkan motif tujuan berhubungan dengan alasan seseorang melakukan suatu tindakan yang diarahkan untuk mewujudkan situasi dan kondisi yang diinginkan dimasa depan.⁴⁹ Motif ini terbentuk dari berbagai pengalaman yang telah dialami individu.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang sangat signifikan antara motif sebab dan motif tujuan. Motif sebab dapat diidentifikasi individu melalui pengalaman masa lalu individu yang menjadi latar belakang sehingga menjadikannya melaluka suatu tindakan. Beda halnya dengan motif tujuan, tindakan individu di dorong oleh tujuan yang ingin dicapainya di masa mendatang. Namun keduanya memiliki keterkaitan yang erat dalam mengungkap tindakan yang dilakukan individu. Setiap

⁴⁷ Sindung Haryanto. "Spektrum Teori Sosial Dari Klasik Hingga Postmodern" (Sleman:Ar-Ruzz Media 2012):149

⁴⁸ *Ibid.* 149

⁴⁹ *Ibid.* 149

tindakan yang dilakukan oleh aktor dipastikan mengandung kedua motif tersebut.

Dalam penelitian ini, setiap tindakan yang dilakukan oleh mahasiswa penggemar K-Pop akan dianalisis melalui dua aspek pada motif sebab dan motif tujuan. Motif sebab akan mengungkapkan latar belakang yang menjadi penyebab penggemar K-Pop melakukan suatu tindakan. Sedangkan motif tujuan akan mengungkap alasan penggemar K-Pop melakukan suatu tindakan sebagai upaya untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai.

G. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu cara yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Penelitian berfungsi sebagai dasar utama untuk menelaah, menyelidiki, mengumpulkan, mengolah, menganalisis, dan menyajikan data secara sistematis serta objektif dengan tujuan memecahkan masalah atau menguji hipotesis untuk mengembangkan prinsip-prinsip umum.⁵⁰

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian ini adalah penelitian Kualitatif. Dengan begitu peneliti tidak bergantung pada sebuah angka namun peneliti menginterpretasikan dan menjelaskan suatu fenomena secara utuh dengan kata-kata. Sesuai dengan pendapat Bogdan dan Taylor menyatakan

⁵⁰ Jozef Raco. "Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik Dan Keunggulannya." (PT Gramedia Widiasarana Indonesia. Jakarta. 2010): 20

penelitian kualitatif menghasilkan data deskriptif kata-kata tertulis, lisan dan perilaku yang dapat diamati pendekatan ini diarahkan pada latar individu tersebut secara holistik (utuh).⁵¹ Penelitian kualitatif bermaksud untuk memahami fenomena yang dialami subjek penelitian, seperti persepsi, motivasi, tindakan, dan lainnya dengan cara deskripsi dalam bentuk bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan memanfaatkan berbagai metode alamiah.⁵² Penelitian kualitatif juga dapat diartikan sebagai penelitian yang hasilnya tidak bisa diukur dengan angka, data, statistik, ataupun yang berhubungan dengan kuantifikasi.⁵³

Fenomenologi merupakan sebuah pendekatan filosofis yang menyelidiki pengalaman manusia.⁵⁴ Fenomenologi menjawab mengenai makna dari suatu fenomena. Moustakas dalam bukunya *Phenomenological Research Methods* menyatakan bahwa terdapat 2 unsur utama dalam penelitian fenomenologi yaitu *textural description* “apa” yang tela dialami subjek penelitian mengenai suatu fenomena yang bersifat objektif dan *structural description* “bagaimana” subjek mengalami dan memaknai pengalamannya terhadap suatu fenomena yang bersifat subjektif.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif fenomenologi sebagai upaya untuk memperdalam pengalaman-pengalaman

⁵¹ Bogdan dan Taylor. “Metodologi Penelitian Kualitatif”(Bandung: Remadja Karya 1975)

⁵² Mardalis. “Metode PENELITIAN Suatu Pendekatan Proposal. (Jakarta. Bumi Aksara. 2008):6

⁵³ Rosady Ruslan. “Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi.”Jakarta: RT Rajawali Press 2017) :214-215

mahasiswa penggemar K-Pop. Sehingga dengan menggunakan metode ini, peneliti menemukan pemetaan mengenai proses internalisasi dan bentuk dan ekspresi penggemar K-Pop. Peneliti memperdalam keseluruhan pengalaman tersebut melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi yang selanjutnya akan dianalisis dan diuji keabsahan datanya.

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan informan yang akan dijadikan sebagai sampel dalam penelitian. Subjek berperan untuk memberikan informasi dan tanggapan terkait data yang diperlukan peneliti. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *puposive sampling*, yaitu teknik sampling yang dilakukan dengan mencocokkan sampel atas kriteria yang telah ditentukan. Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan teknik pengumpulan data dari masing-masing informan yang sudah dikualifikasikan sebagai berikut:

1. Laki-laki/Perempuan
 2. Berstatus Mahasiswa di Perguruan Tinggi se-Daerah Istimewa Yogyakarta
 3. Merupakan penggemar K-Pop
 4. Bersedia diamati kehidupan sehari-harinya selama periode yang telah ditentukan
- ### **b. Objek Penelitian**

Objek dari kajian penelitian ini adalah gaya hidup penggemar K-Pop yang dapat peneliti deskripsikan menggunakan teori fenomenologi.

3. Sumber Data

Data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer merupakan sebuah data yang diperoleh dari informan secara langsung melalui wawancara dan observasi di lokasi penelitian kepada Mahasiswa di Yogyakarta yang merupakan penggemar K-Pop.

b. Data Sekunder

Data sekunder ialah sumber data yang mendukung dari sumber terkait seperti buku, karya ilmiah, artikel, jurnal, dan data dari internet dan data yang dibutuhkan peneliti untuk digunakan sebagai pendukung data primer.

4. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli 2023 hingga selesai pada bulan Agustus 2025. Tempat Penelitian akan dilakukan peneliti di Yogyakarta. Dengan melakukan pengumpulan data berupa wawancara langsung.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan terjun langsung ke lokasi penelitian untuk mendapatkan informasi yang terpercaya dan akurat. Pengamatan yang dilakukan peneliti bertujuan untuk melihat sebuah fenomena gaya hidup mahasiswa di Yogyakarta sebagai penggemar K-Pop. Aspek yang diamati yaitu relasi pertemanan, kegiatan yang berkaitan dengan K-Pop, sosial media, dan atribut yang dimiliki.

Observasi dilakukan dengan mengamati ketiga informan dengan mengikuti kegiatan mereka sehari-hari mulai dari acara dance K-Pop, aktivitas kolektif bersama komunitas seperti merayakan ulang tahun idol, nonton bareng, dan *makeup class*, sampai sekedar kumpul-kumpul dengan sesama penggemar K-Pop. Dengan melihat bagaimana cara penggemar menginternalisasi budaya K-Pop dan mengidentifikasi bentuk dan ekspresi para penggemar dalam mengonsumsi musik K-Pop. Dalam kurun waktu yang berbeda-beda menyesuaikan aktivitas yang informan ikuti.

b. Wawancara

Teknik wawancara yang dilakukan penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur. Wawancara jenis ini mengharuskan pewawancara menyusun kerangka atau garis besar pokok pembicaraan dalam petunjuk wawancara. Namun pada wawancara semi terstruktur memungkinkan munculnya pertanyaan baru untuk memperdalam penelitian. Proses

wawancara menggunakan alat bantu perekam suara ponsel dan buku catatan. Peneliti akan mewawancarai secara langsung dengan pihak terkait yaitu mahasiswa Yogyakarta yang menjadi penggemar Korean Pop (K-Pop) dengan menghabiskan waktu yang berbeda-beda tergantung pada kejelasan informasi yang disampaikan informan demi keakuratan data informan.

6. Metode Analisis Data

Teknik analisis data merupakan metode untuk mengolah sebuah data menjadi informasi sehingga karakteristik data menjadi mudah untuk dipahami dan juga bermanfaat untuk mempermudah peneliti mengambil kesimpulan. Dalam penelitian ini peneliti merujuk pada tahapan analisis data penelitian menurut Miles dan Huberman, analisis data dilakukan dengan tiga tahap yakni sebagai berikut:⁵⁵

a. Reduksi Data

Reduksi data dimaknai sebagai proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, pemisahan, serta transformasi data mentah yang berasal dari data lapangan tertulis. Proses ini merupakan bentuk analisis yang bertujuan untuk mempertajam data dengan memilah data yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga dapat dimanfaatkan serta di verifikasi.

⁵⁵ Matthew B Miles and A. Michael Huberman. "Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru (Jakarta: Universitas Indonesia (UI-Press), (2009):16-19

Dalam penelitian ini reduksi data dilakukan dengan melakukan open coding, axial coding, dan selective coding berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumen yang diperoleh selama penelitian. Sehingga muncul pemaknaan menjadi seorang penggemar K-Pop yang dinternalisasikan dalam gaya hidup dengan bentuk dan ekspresi yang ditampilkan oleh Mahasiswa penggemar K-Pop di Yogyakarta.

b. Penyajian Data

Penyajin data merupakan bagian dari proses analisis yang bertujuan mempermudah peneliti dalam memahami peristiwa yang terjadi serta melakukan analisis lebih lanjut setelah proses reduksi data. Tahap ini dilakukan dengan cara menyeleksi data dari hasil wawancara, observasi, dan dokumen yang sesuai dengan tujuan penelitian yang kemudian disusun kedalam kategori hasil penelitian. Data tersebut disajikan dalam bentuk teks naratif agar mudah dipahami dan mendukung penarikan kesimpulan.

c. Menarik Kesimpulan

Proses penarikan kesimpulan dilakukan melalui tahapan reduksi dan penyajian data. Dari tahapan tersebut, peneliti merumuskan kesimpulan berdasarkan data yang sesuai dengan landasan teori serta tujuan penelitian. Kesimpulan

diperoleh melalui temuan lapangan yang telah melalui proses verifikasi. Makna yang dihasilkan dari data kemudian diuji keabsahannya dan kesesuaiannya agar valid. Peneliti juga melakukan peninjauan kembali terhadap data yang diperoleh hingga mencapai pemahaman yang tepat dan relevan terkait penelitian ini.

7. Pemeriksaan Keabsahan Data

Teknik pemeriksaan keabsahan data diperlukan untuk keperluan pengecekan atau pembandingan terhadap data, validitas dan reabilitas data yang digunakan oleh penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik triangulasi sumber data. Triangulasi sumber data dilakukan dengan membandingkan sumber perolehan data, wawancara bersama penggemar K-Pop dengan hasil observasi di lapangan setiap informan dengan mengikuti kegiatan keseharian penggemar K-Pop untuk mengetahui bagaimana bentuk dan ekspresi dalam menginternalisasi budaya K-Pop. Dengan berbagai sumber data, akan menghasilkan data dan pandangan yang berbeda, sehingga berbagai pandangan akan menghasilkan keluasan pengetahuan untuk memperoleh kebenaran.

H. Sistematika Penulisan

a. BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, landasan teori struktural konstruktif, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

b. BAB II GAMBARAN UMUM

Dalam bab ini peneliti menjelaskan dan mendeskripsikan mengenai K-Pop di D.I. Yogyakarta.

c. BAB III DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

Pada bab ini peneliti menulis mengenai uraian penyajian data dan temuan penelitian dari hasil wawancara yang dilakukan.

d. BAB IV PEMBAHASAN

Peneliti menulis bagian ini berisikan uraian yang menghubungkan latar belakang, relevansi dengan teori dan rumusan masalah dari penelitian

e. BAB V KESIMPULAN

Bab ini ditarik kesimpulan dari pembahasan dan hasil penelitian, serta saran sebagai bahan pertimbangan.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses internalisasi yang termanifestasikan melalui gaya hidup dengan berbagai bentuk dan ekspresi yang ditampilkan. Berdasarkan hasil temuan dan analisis dalam penelitian ini, proses internalisasi dengan menampilkan bentuk dan ekspresi yang berbeda-beda dilatar belakangi karena perbedaan gaya hidup yang ingin ditampilkan. Pengungkapan tersebut muncul dari kesadaran para informan atas pengalamannya menjadi mahasiswa penggemar K-Pop.

Dari penelitian ini, terdapat beberapa proses internalisasi K-Pop terhadap gaya hidup yang berasal dari pemakaian pengalaman menjadi seorang penggemar. Gaya hidup merupakan gambaran keseluruhan diri seseorang yang mencakup aktivitas, minat, dan opini. Seperti aktivitas *fangirling* di sosial media, kegiatan bersama komunitas K-Pop, kegiatan sesama penggemar K-Pop dan konsumsi produk K-Pop.

Dari hasil analisis data penelitian, para informan menunjukkan terdapat berbagai macam bentuk dan ekspresi yang ditampilkan baik dalam sosial media maupun perilaku sehari-hari. Dalam sosial media meliputi mengunggah konten yang berhubungan dengan K-Pop seperti *unboxing*, membagikan link MV, *reaction* MV, pengaman informan menonton konser serta pembuatan akun khusus untuk *fangirling*. Sedangkan pada perilaku sehari-hari meliputi penggunaan atribut K-Pop yang digunakan seperti

accessories, pemilihan gaya *make up* maupun *skincare*, serta *fashion* berupa pakaian dan gaya rambut, dan penggunaan diksi bahasa korea yang diucapkan dalam komunikasi sehari-hari.

B. Sumbangan Penelitian

Penelitian telah mencapai tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui proses internalisasi melalui gaya hidup dan mengidentifikasi bentuk dan ekspresi penggemar K-Pop. Secara teoritis penelitian ini memperluas khazanah keilmuan sosiologi khususnya dalam menganalisis tentang gaya hidup mahasiswa penggemar K-Pop dengan teori motivasi Fenomenologi milik Alfred Schutz.

Secara metodologis, penelitian ini berkontribusi pada metode penelitian kualitatif, khususnya penelitian fenomenologis, yaitu dengan memperdalam pengalaman-pengalaman informan melalui wawancara dan observasi setiap informan untuk mendapatkan data yang relevan.

Secara praktis, dalam penelitian ini memberikan sumbangan data mengenai gaya hidup mahasiswa penggemar K-Pop yang mulai digandrungi oleh generasi muda. Kemudian penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya untuk mengadakan penelitian lebih lanjut. Sehingga penelitian ini telah memberikan sumbangan maupun kontribusi nyata secara teoritis, metodologis, dan praktis yang dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

C. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menyadari betul keterbatasan dalam penelitian ini. Keterbatasan dan kekurangan yang dirasa peneliti meliputi pemilihan informan dan waktu. Pembagian waktu antara informan saat observasi menjadi keterbatasan penelitian ini. Pembagian waktu yang telah disepakati antara informan dan peneliti saat observasi seringkali batal. Hal ini disebabkan beragamnya kegiatan informan dan peneliti yang membuat para informan lebih mendahulukan kegiatan yang dianggap lebih penting.

Keterbatasan lain yang peneliti rasakan adalah keterbatasan pemilihan informan. Dengan menggunakan purposive sampling yang digunakan peneliti untuk menentukan subjek penelitian dengan mempertimbangkan hal atau ciri tertentu. Ketika sudah terpilih beberapa informan dengan latar belakang tempat perkuliahan yang berbeda, namun ternyata keseluruhan informan memiliki ketertarikan yang sama terhadap salah satu boyband. Hal ini dianggap sebagai keterbatasan disebabkan semua informan berada dalam satu fandom yang sama. Dengan adanya keterbatasan ini, peneliti berharap agar penelitian selanjutnya dapat menambah informan agar lebih bervariasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Ida Rochani. Fiksi Populer Teori dan Metode Kajian. (Yogyakarta.: Pustaka Pelajar 2011)
- Ananda Wahidah, Siti Nurbayani, dan tutin aryanti. Korean Wave : Lingkaran Semu
- Arah Fella, Abdus Sair. “Menjadi Korea: Melihat Cara, Bentuk, Dan Makna Budaya Pop Korea Bagi Remaja Surabaya.” Journal of Urban Sociology 3 no.2(2020)
- Arif Rahman Hakim, Ardhini Mardhiyah, Dika Muhammad Irham, dkk. Pembentukan Identitas Diri Pada Kpopers. Jurnal Psikologi 4 no.1 2021)
- Benedita Evi Maryani, Rustiyarso, Nining Ismiyani. Gaya H idup Imitasi Penggemar Drama Korea Di Program Studi Pendidikan Sosiologi FKIP Universitas Tanjungpura Pontianak.
- Bogdan dan Taylor. Metodologi Penelitian Kualitatif. (Bandung: Remadja Karya 1975)
- Cakrayuri Nuralam, Bukti Nyata Laga Korea Selatan di Piala Dunia 2002. Diatur FIFA <https://m.liputan6.com/bola/read/2245321/bukti-nyata-laga-korea-selatan-di-piala-dunia-2002-diatrur-fifa>
- Clark Moustakas. “Phenomenological Research Methods”.(Sage Publication: Calofornia).1994
- George Ritzer, Jeffrey Stenpensky. Teori Sosiologi Edisi Kesepuluh. (Yogyakarta : Pustaka Pelajar 2018)
- Handaningtyas, Uliviana Restu dan Helmy Agustina. Peristiwa KOMunikasi Dalam Pembentukan Konsep Diri Otaku Anime. Jurnal Kajian Komunikasi. 5 no.2(2017)
- Hendri Yulius. All About Kpop. (Jakarta. Gramedia Widiasarma Indonesia 2013)
- Hesty Kartikasari, Arief Sudrajat. Makna Pembelian Album Fisik Bagi Penggemar Budaya Pop Korea. Jurnal Analisa Sosiologi 11 no.39(2022)
- Hong, E. Korean Cool: Strategi Inovatif Di Balik Ledakan Budaya Pop Korea. (Yogyakarta: Bentang 2015)
- Fikriyah, F. Internalisasi Budaya Korean Wave di Kalangan Pelajar K-Popers di SMA Negeri 15 Surabaya. Jurnal Paradigma 11 no.1(2022)
- Friska Aprilia Simanjuntak, Hambali, Indra Primahardani. “Studi Tentang Dampak Korean Wave Dalam Gaya Hidup Mahasiswa Universitas Riau’. Journal of Science and Education Research. Vol 1 no.2 (2022)

- FrulyndeseK.Simbar. "Fenomena Konsumsi Budaya Korea Pada Anak Muda di Kota Manado, Holistik 18 (2016)
- <https://www.google.com/amp/s/m.solopos.com/pecinta-k-pop-merapat-korean-wave-digelar-4-hari-di-sleman-city-hall-1429908/>
- <https://www.kotajogja.com/18465/17th-korean-days-ugm-offline-festival/>
- Idola Perdini Putri, Farah Dhiba Putri Liany, Reni Nuraeni K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia. Jurnal ProTVF. 3 no.1 (2019)
- Ilona V. Oisina Situmeang. Pemanfaatan Media Massa Terhadap Hallyu Sebagai Budaya Populer Dan Gaya Hidup Mahasiswa (Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bunda Mulia, Jakarta). Jurnal Komunikolohi 12 No.1(2015)
- Ima Estika.Lifestyle The Teenagers Of City (The Study Of Visitors Café IN Pekanbaru. Jurnal Fisip 4 n0.1(2017)
- Indrika Amrullah., Martha Tri Lestari. Analisis Gaya Hidup Anggota Komunitas Korea Hansamo Bandung. Jurnal e-procing of Management 3 no.3.(2016)
- Jonathan A. Smith. "Psikologi Kualitatif: Panduan Praktis Metode Riset (Yogyakarta :Pustaka Pelajar 2009)
- Jozef Raco. Metode Penelitian Kualitatif:Jenis, Karakteristik Dan Keunggulanya. (PT Gramedia Widiasarana Indonesia. Jakarta 2010)
- Karina Amaliantami Putri., Amirudin., dan Mulyo Hadi Purnomo. Korean Wave Dalam Fanatisme Dan Kontruksi Gaya Hidup Generasi Z. Nusa 4 no.1(2019)
- Kotler dan Keller. Manajemen Pemasaran, Edisi 12. (Jakarta. Erlangga 2021)
- Kuswanto, Engkus. "Metodologi Penelitian Kualitatif (Remaja Rosda karya:Bandung (2005)
- Lombok Hermanto Sihombing. Pengaruh Budaya Kpop Bagi Penggemarnya: Sebuah Ananlisi Kajian Blog. Jurnal Makna 3 no. 1 (2018) Miftahun Janah. Gambaran Identiitas Diri Remaja Akhir Wanita Yang Memiliki Fanatisme K-Pop Di Samarinda. Jurnal Psikoborneo 2 no.1 (2014)
- Mardalis. "Metode PEnelitian Suatu Pendekatan Proposal. (Jakarta. Bumi Aksara 2008)
- Miftahun Janah."Gambaran Identiitas Diri Remaja Akhir Wanita Yang Memiliki Fanatisme K-Pop Di Samarinda." Jurnal Psikoborneo 2 no.1 (2014)
- Mutiara Dewi Rahma, Agus Machfud Fauzi. "Fanatisme Remaja Penggemar Musik Populer Korea (K-Pop) Pada Budaya K-Pop Dalam Komunitas EXO-L di Surabaya". Paradigma vol.12 no.01 (2023)
- Nugroho, Setiadi. Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen. Jakarta. Kencana 2003)

- Olivia. M. Kaparang. Analisa Gaya Hidup Remaja Dalam Mengimitasi Budaya Pop Korea Melalui Televisi. Jurnal Acta Diurna. II no.2(2013) Penggemar Indonesia. 10. no.2. (2020)
- Rahmawati. C. The Massive Korean Wave in Indonesia and Its Effects in the Term of Culture.(2020)
- Rosady Ruslan. Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi. (Jakarta: RT Rajawali Press 2017)
- Prof. Dr. I.B. Irawan. “Teori-Teori Sosial Dalam Tiga Paradigma (Fakta Sosial, Definisi Sosial, dan Perilaku sosia). 1 st ed. (Jakarta:Kencana Prenada Media Grup 2012):
- Rosi Apriani dan Rizki Setiawan. Kontruksi Konsep Diri Mahasiswa Penggemar Budaya Populer Korea. Jurnal Hermeneutika 5. no.2(2019)
- Samudra Sindy Pertiwi, Triyono Lukmantoro, dan Amida Yusriana.”Ekspres Fanatisme Army Penggemar BTS (Perempuan) di Indonesia dalam Instagram”. Interaksi Online 11 no.4 (2023)
- Sarip Hidayat. Teori Sosial Pierre Bourdieu Dan Sumbangnya Terhadap Penelitian Satra. Metasasra 1 no.1 (2010)
- Silvya L Mandey. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen 6 no.1 (2011)
- Sindung Haryanto. “Spektrum Teori Sosial Dari Klasik Hingga Postmodern” (Sleman:Ar-Ruzz Media 2012)
- Susi Kurniawati, Rhesa Zuhriya Briyan Pratiwi. Drama Korea dan Imitasi Gaya Hidup: Studi Korelasi Pada Mahasiswa KPI IAIN Surakarta. Academic Jurnal Of Da’wa and communication 2 no.2(2021)
- Sukma Fatmi, Damar Wibisono, Usman Raidar. “Gaya Hidup Komunitas Korean Pop (Komunitas ARMY) di Kota Bandar Lampung”. Sociologie Jurnal Ilmiah Mahasiswa Sosiologi, Vol.2 No.1 (2023)
- Syafitri Hidayati dan Suheri Harahap. “Analisis Perilaku Sosial Masyarakat Perkotaan Dalam Pembelian Merchandise Pada Kalangan Remaja K-Pop Di Kota Medan.” Jurnal Noken:Ilmu-Ilmu Sosial Vol.10 no.2(2024)
- Theofillia Agatha, Lusia Savitri Setyo Utami. “PERilaku Solidaritas Penggemar ARMY (Studi Kasus BTS Meal). Jurnal Koneksi Vol.7 No.1 2023
- Tiara Kusuma Dewi. “Dampak Budaya K-Pop Terhadap Gaya Hidup Remaja (Studi pada komunitas Netzen Pekalongan”. Eprint.walisongo (Universitas Islam Negeri Walisongo, 2023)
- Tiara Putri Ayu dan Fizzy Andriani. Fanatismes Remaja Perempuan Penggemar Musik K-Pop. Jurnal Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi 2 No. 01(2018)

Ummul Hasanah, Th.avilla Rendiciptya. “Daya Tarik MENjamurnya Restoran Korea Di Yogyakarta. Jurnal Sosiologi Reflektif 14 no.2 (2020)

www.cnnindonesia.com

Yulia Etikasari. Kontrol Diri Remaja Penggemar K-Pop (K-Popers)(Studi Pada Penggemar K-Pop di Yogyakarta). Jurnal Rise FrulyndeseK.Simbar. “Fenomena Konsumsi Budaya Korea Pada Anak Muda di Kota Manado, Holistik 18 (2016)

Yuni Andari Merdikaningtyas. “Demam K-Drama Dan Cerita Fans Di Yogyakarta” Clea::Menjadi Penonton. 2007.

Zainuddin Maliki. “Rekonstruksi Teori Sosial Modern,”1st ed. (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2012):284

