

## GAYA HIDUP KOMUNITAS *KOREAN POP* (KOMUNITAS ARMY) DI KOTA BANDAR LAMPUNG

Sukma Fatmi<sup>1\*)</sup>, Damar Wibisono<sup>2)</sup>, Usman Raidar<sup>3)</sup>

<sup>1) 2) 3)</sup> Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung

\*Korespondensi: [sukmafatmi07@gmail.com](mailto:sukmafatmi07@gmail.com)

---

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gaya hidup dari komunitas *Korean pop* yang ada di Kota Bandar Lampung. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif dan menggunakan teknik purposive sampling untuk penentuan informan. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan berupa wawancara, observasi dan dokumentasi. Dari hasil penelitian yang dilakukan, didapatkan hasil bahwa faktor yang melatarbelakangi keputusan seseorang untuk bergabung menjadi anggota komunitas *Korean pop* karena faktor internal yaitu tertarik pada kegiatan yang dilaksanakan oleh komunitas dan ketertarikan terhadap idola Korea; serta faktor eksternal yaitu pengaruh dari individu lain dan media massa. Aktivitas keseharian anggota komunitas *korean pop* adalah *streaming*, *voting*, dan koleksi (lagu, video, dan foto idola); serta kegiatan bersama anggota komunitas yang lain. Dari aktivitas keseharian tersebut, timbul dampak positif yaitu pemahaman terhadap bahasa asing, seperti bahasa Korea dan Inggris; lingkup pertemanan semakin luas; serta kegiatan amal yang diikuti, namun juga memberi dampak negatif berupa perundungan secara verbal dari orang sekitar dan timbulnya gaya hidup yang konsumtif.

Kata Kunci: Gaya Hidup, Komunitas Korean Pop, Budaya Penggemar

### ABSTRACT

*This study aims to determine the lifestyle of the Korean pop community in Bandar Lampung City. In this study using a qualitative approach with descriptive methods and using purposive sampling technique to determine informants. The data collection techniques used in the form of interviews, observation and documentation. From the results of the research conducted, it was found that the factors behind a person's decision to join as a member of the Korean pop community are due to internal factors, namely interest in the activities carried out by the community and interest in Korean idols; as well as external factors, namely the influence of other individuals and the mass media. The daily activities of members of the Korean pop community are streaming, voting and collection (idol songs, videos and photos); and activities with other community members. From these daily activities, positive impacts arise, namely understanding foreign languages, such as Korean and English; the circle of friends is getting wider; as well as charitable activities that are participated in, but also have a negative impact in the form of verbal bullying from people around and the emergence of a consumptive lifestyle.*

*Keywords: Lifestyle, Korean Pop Community, Fan Culture*

### PENDAHULUAN

*The Korean Wave* atau dalam bahasa Korea disebut sebagai *hallyu* yaitu gelombang budaya Korea, yang mana istilah ini digunakan untuk menunjukkan besarnya pengaruh dari budaya Korea di dunia. Keberadaan *hallyu* mampu memengaruhi gaya hidup dari penggemarnya. Manifestasi dari konsumsi terhadap budaya Korea tercermin dari gaya berpakaian, pilihan kosmetik, gaya berbicara, pilihan gadget, hingga pilihan makanan yang serba Korea (Yoon dan Paik, 2012).

*Korean pop* (K-pop) yang merupakan bagian dari *hallyu* merupakan agen terbesar dalam penyebaran budaya Korea. Hal ini karena adanya *boygroup* dan *girlgroup* sebagai

bagian dari K-pop memiliki daya tarik yang tinggi dalam menarik penggemar melalui lagu-lagu. Mereka berupaya untuk menyebarkan budaya Korea melalui hasil produksinya, baik lagu maupun *music video*, salahsatunya adalah BTS (*Bangtan Boys*).

BTS (*Bangtan Boys*) merupakan *boygroup* penyanyi asal Korea Selatan yang dibentuk oleh label rekaman *Big Hit Entertainment* pada 13 Juni 2013 dengan beranggotakan tujuh orang, yaitu RM, jin, Suga, J-Hope, Jimin, V, dan Jungkook. Keberadaan BTS ini mampu mempengaruhi perubahan gaya hidup penggemarnya atau biasa disebut sebagai ARMY (*Adorable Representative M.C for Youth*). Perubahan gaya hidup tersebut terlihat dari munculnya berbagai simbol dan perbuatan, ARMY akan melakukan tindakan yang mampu menunjukkan identitasnya, seperti mengumpulkan barang ataupun benda yang ada kaitannya dengan idolanya, serta timbulnya gaya hidup konsumtif. Penelitian ini mengungkap perihal gaya hidup pada komunitas ARMY yang ada di Kota Bandar Lampung, terkait dengan aktivitas konsumsinya terhadap produk dari BTS (*Bangtan Boys*).

## TINJAUAN PUSTAKA

### Gaya Hidup

Chaney (2009) mendefinisikan gaya hidup merupakan ciri sebuah dunia modern atau yang biasa disebut modernitas, artinya siapapun yang hidup dalam masyarakat modern akan menggambarkan gagasan tentang gaya hidup untuk menggambarkan tindakannya sendiri maupun orang lain. Gaya hidup menurut Kotler (dalam Wildani, 2020) adalah pola hidup seseorang didunia yang diapresiasi dalam aktivitas, minat, dan opininya. Sumarwan (2015) menggambarkan gaya hidup sebagai perilaku seseorang, yaitu bagaimana ia hidup, menggunakan uangnya, dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya.

Menurut Amstrong (dalam Nugraheni, 2003) faktor-faktor yang melatarbelakangi gaya hidup seseorang ada 2 faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal, sebagai berikut:

#### 1) Faktor Internal

- a. Sikap adalah keadaan mental dan keadaan pikiran yang disiapkan untuk menanggapi suatu objek yang diatur melalui pengalaman dan secara langsung mempengaruhi perilaku. Pengalaman dan persepsi: pengalaman dapat mempengaruhi persepsi dan perilaku sosial, pengalaman melalui tindakan masa lalu dapat mempengaruhi pandangan terhadap suatu objek
- b. Kepribadian: konfigurasi karakteristik individu dan perilaku yang menentukan perilaku individu.
- c. Konsep diri: perilaku individu muncul dari motif kebutuhan.

- d. Persepsi: Proses di mana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk gambaran dunia yang bermakna.

## 2) Faktor Eksternal

- a. Kelompok referensi: kelompok yang secara langsung dan tidak langsung mempengaruhi perilaku seseorang.
- b. Keluarga: Ini memainkan peran terbesar dalam membentuk sikap dan perilaku individu.
- c. Kelas sosial: Kelompok sosial yang relatif homogen dan permanen yang diatur dalam tatanan hierarkis dan berbagi nilai, minat, dan perilaku yang sama di setiap tingkatan.
- d. Kebudayaan: Mencakup pengetahuan, kepercayaan, seni, tata krama, hukum, tata krama dan adat istiadat yang diperoleh seseorang sebagai anggota masyarakat.

### **Komunitas ARMY Lampung**

Komunitas sebagai sebuah kelompok sosial dari beberapa organisme yang berbagi lingkungan, umumnya didalamnya memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, resiko, dan sejumlah kondisi lain yang serupa. Menurut Hillery (dalam Levinia, 2018) mengemukakan bahwa komunitas terbentuk berdasarkan adanya kesamaan kebutuhan atau tujuan dalam diri mereka atau diantara anggota kelompok lainnya. Komunitas ARMY Lampung juga terbentuk karena memiliki kesamaan, yaitu memiliki kesamaan rasa sukma terhadap *boygroup* BTS (*Bangtan Boys*), serta berasal dari daerah yang sama, yaitu Lampung.

Komunitas ARMY Lampung dibentuk pada 11 Maret 2018, tujuannya untuk menjadi tempat berkumpul bagi ARMY yang ada di Lampung sekaligus menjadi rumah, hal ini karena ARMY sendiri terdiri dari berbagai kalangan manusia, dengan dibentuknya komunitas ini diharapkan bahwa seluruh ARMY dapat berkumpul tanpa memandang status yang berbeda. Saat ini komunitas ARMY Lampung memiliki 200 anggota resmi yang terdaftar dalam *membership*, dan komunitas secara aktif melakukan *event* dengan para anggotanya.

### **Perilaku Konsumtif**

Menurut Rosandi (dalam Waryanti, 2018) mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai perilaku membeli yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional, tetapi karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi. Perilaku konsumsi saat ini tidak hanya dipengaruhi oleh faktor-faktor yang murni ekonomis dan berdasarkan pada

pilihan-pilihan rasional, akan tetapi juga terdapat sistem budaya dan sistem pemaknaan sosial sehingga mampu mengarahkan individu atas suatu komoditi.

Baudrillard (2004) menjelaskan bahwa konsumsi yang dilakukan masyarakat bukan lagi berdasarkan *use value* atau *exchange value* barang melainkan berdasarkan pada *symbolic value*, maksudnya orang tidak lagi mengonsumsi objek berdasarkan nilai guna atau nilai tukar, melainkan karena nilai tanda atau simbolis yang sifatnya abstrak dan terkonstruksi. Ketika mengonsumsi suatu objek tertentu secara otomatis mengonsumsi tanda yang sama, dan secara tidak sadar mirip atau bahkan seragam dengan banyak orang yang berlomba-lomba mengonsumsi tanda serupa.

### **Identitas Sosial**

Menurut Tajfel (dalam Hogg dan Abram, 1998) Identitas sosial adalah bagian dari konsep diri seseorang berdasarkan pengetahuan mereka tentang menjadi bagian dari kelompok sosial dan nilai serta makna emosional dari keanggotaan. Identitas sosial mengacu pada partisipasi, kepedulian dan juga kebanggaan menjadi bagian dari kelompok tertentu. Identitas sosial adalah bagian dari konsep diri individu yang berasal dari pengetahuan menjadi bagian dari kelompok sosial tertentu, bersama dengan internalisasi nilai, perasaan, partisipasi, kepedulian, dan kebanggaan sebagai anggota kelompok itu.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan dokumentasi. Adapun penelitian ini dilakukan di kedai Kopi Chuseyo yang ada di Kelurahan Tanjung Baru, Kecamatan Kedamaian, Kota Bandar Lampung. Objek dalam penelitian ini adalah anggota dari komunitas ARMY Lampung yang pernah terlibat dalam *event* yang dilaksanakan oleh komunitas, dengan fokus untuk meneliti apa faktor yang melatarbelakangi keputusan untuk bergabung menjadi anggota komunitas *Korean pop*, aktivitas keseharian sebagai anggota komunitas *Korean pop*, serta manfaat dan masalah yang dihadapi selama menjadi anggota komunitas *Korean pop*. Adapun penelitian ini menggunakan teknik purposif sebagai teknik pemilihan subjek, yang didasarkan atas kriteria yang ditetapkan sesuai dengan pengalaman informan. Peneliti menetapkan 5 orang informan yang merupakan anggota dari komunitas ARMY Lampung yang secara aktif mengikuti aktivitas dari komunitas.

## **PEMBAHASAN**

### **Latar Belakang Bergabung Menjadi Komunitas *Korean Pop***

#### 1) Faktor Internal

Faktor internal yang memengaruhi keputusan seseorang untuk bergabung menjadi anggota komunitas ARMY Lampung merupakan dorongan yang berasal dari dalam dirinya yang mampu melahirkan keputusan tersebut. Adapun faktor internal tersebut yaitu:

##### a. Sikap

Gerungan (2004) mendefinisikan sikap sebagai reaksi pendapat atau perasaan individu terhadap suatu objek tertentu, meskipun objek itu sama, tidak semua orang memiliki sikap yang sama, hal itu dapat dipengaruhi oleh keadaan individu, pengalaman pengetahuan dan kebutuhan setiap individu berbeda. Sikap manusia terhadap objek membentuk perilaku individu terhadap objek.

Berdasarkan definisi sikap menurut Gerungan tersebut, menunjukkan bagaimana sikap begitu memengaruhi individu terhadap respon yang ditunjukkan atas suatu objek. Hal ini juga terjadi pada anggota komunitas ARMY Lampung, mereka menanggapi objek yang diterima yaitu budaya Korea secara positif dan terbuka, artinya mereka menerima keberadaan budaya Korea dan mencoba untuk mengenalnya. Sikap yang menerima budaya Korea secara positif menyebabkan pengaruhnya menjadi besar terhadap diri mereka, dan membuat kehadiran budaya Korea semakin terasa yang dapat menimbulkan rasa suka didalam diri, hingga akhirnya memengaruhi keputusan untuk bergabung dalam komunitas penggemar dari musik Korea. Sikap yang ditunjukkan ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti tampilan fisik dari idola Korea, maupun citra yang berusaha ditampilkan oleh idola Korea tentunya akan memengaruhi cara informan bersikap terhadap budaya Korea.

##### b. Pengalaman dan Pengamatan

Amstrong (dalam Nugraheni, 2003) mendefinisikan pengalaman dan pengamatan sebagai kombinasi dari penglihatan, penciuman, pendengaran, serta pengalaman masa lalu, artinya pengalaman dan persepsi adalah sesuatu yang telah dialami, dijalani atau dirasakan baik dahulu maupun baru-baru ini. Pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan sosial dan perilaku, pengalaman diperoleh dari kegiatan dan pembelajaran sebelumnya, melalui pembelajaran orang memperoleh pengamatan. Hasil pengalaman sosial membentuk pandangan terhadap objek.

Anggota komunitas ARMY Lampung telah melalui berbagai pengalaman konsumsi terhadap produk hiburan dalam negeri. Pengalaman ini membuat mereka bisa mengamati

bagaimana hiburan di Indonesia disajikan. Pengamatan membuat informan bisa membandingkan produk hiburan yang telah mereka konsumsi, dan mereka berupaya untuk memilih yang lebih baik menurut kriteria yang telah mereka tetapkan. Pengamatan ini membawa kesimpulan bahwa mereka lebih tertarik untuk mengikuti produk hiburan asing dalam hal ini dari Korea Selatan dibandingkan dengan produk hiburan dalam negeri.

Hal ini terjadi karena produk hiburan Korea dinilai lebih baik dibandingkan yang ada di dalam negeri. *Image* artis berpengaruh besar terhadap penilaian ini, mereka menganggap bahwa artis yang dimiliki oleh Indonesia terlalu banyak masalah, sehingga mereka melihat bahwa artis Indonesia merupakan sosok tanpa prestasi yang tidak patut untuk dijadikan panutan. Selain itu, tayangan hiburan yang disajikan di televisi Indonesia juga dinilai membosankan.

#### c. Konsep Diri

Amstrong (dalam Nugraheni, 2003) mengemukakan bahwa konsep diri merupakan bagian penting dari diri seseorang, karena konsep diri merupakan kerangka acuan untuk berinteraksi dengan lingkungan, konsep diri dapat mempengaruhi perilaku seseorang, karena munculnya perilaku berhubungan dengan persepsi terhadap diri sendiri. Konsep diri adalah persepsi individu tentang dirinya dan hubungannya dengan objek atau orang lain di lingkungannya. Konsep diri telah menjadi cara yang dikenal luas untuk menggambarkan hubungan antara konsep diri konsumen dan citra merek. Bagaimana orang melihat diri mereka memengaruhi minat mereka pada suatu objek.

Konsep diri yang merupakan dasar dari pembentukan kepribadian memiliki peranan yang besar terhadap keputusan tindakan yang akan dilakukan, termasuk juga tindakan untuk bergabung menjadi anggota komunitas ARMY Lampung. Tindakan tersebut dilakukan sesuai dengan pikirannya sendiri, mereka bertindak menyesuaikan dengan kondisi lingkungannya, dalam hal ini adalah keputusannya untuk bergabung menjadi anggota komunitas penggemar musik K-pop merupakan hasil penyesuaian diri terhadap kondisinya yaitu kondisi menyukai budaya Korea. Mereka memandang bahwa komunitas mampu memahami dirinya dengan baik karena anggotanya memiliki kesukaan yang sama sehingga konsep dirilah yang melatarbelakangi keputusan untuk bergabung menjadi anggota komunitas penggemar musik *Korean pop*.

#### d. Motif

Motif menurut Amstrong (dalam Nugraheni, 2003) adalah dorongan dalam diri

manusia yang timbul dari kebutuhan manusia yang ingin dipenuhi manusia. Motif memegang peranan yang sangat penting dalam setiap aktivitas atau perbuatan manusia, dapat diartikan bahwa motif merupakan latar belakang dari tindakan atau keputusan manusia. Motif dan motivasi merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan.

Keputusan untuk bergabung menjadi anggota komunitas ARMY Lampung dilatarbelakangi oleh motifnya untuk mengikuti *event* yang akan dilaksanakan oleh komunitas. Mereka ingin turut serta menjadi bagian dari kegiatan bersama yang terkait dengan idolanya yaitu *boygroup* BTS (*Bangtan Boys*). Motivasi yang kedua yaitu karena rasa suka yang besar terhadap BTS (*Bangtan Boys*) sehingga menyebabkan mereka memilih untuk bergabung dengan sesamanya, yaitu sesama penggemar BTS sebagai upaya untuk memperluas jaringan sesamapenggemar.

## 2) Faktor Eksternal

### a. Pengaruh dari Individu Lain

Bonner (dalam Santoso, 2010) menyatakan bahwa interaksi sosial adalah hubungan antara dua individu atau lebih dimana tindakan satu individu mempengaruhi, mengubah atau memperkuat tindakan individu lain dan sebaliknya. Sesuai dengan definisi tersebut artinya tindakan individu merupakan hasil pengaruh dari individu yang lain, dalam penelitian ini adalah bagaimana individu yang lebih dulu bergabung dengan komunitas penggemar musik K-pop memengaruhi individu lain untuk bergabung juga melalui interaksi yang dilakukan.

Teman sepermainan yang telah lebih dulu bergabung menjadi anggota komunitas penggemar musik K-pop melakukan interaksi dengan yang belum bergabung baik dilakukan secara langsung yaitu bertatap muka maupun tidak langsung melalui sosial media. Teman sepermainan memengaruhi tindakan yang dilakukan oleh individu melalui interaksi yang dilakukan, dengan mengajak untuk bergabung menjadi anggota komunitas *Korean pop*.

### b. Media Massa

Teori masyarakat konsumsi menurut Baudrillard (2004) menyatakan bahwa globalisasi telah memberikan masyarakat model global yang berperilaku seragam. Kesatuan ini disebabkan oleh pengaruh media massa yang berperan menyebarkan tanda-tanda dalam setiap kehidupan. Artinya adalah ketika individu mengonsumsi sebuah produk yang sama dari media maka akan memberikan hasil yang sama. Dalam penelitian ini konsumsi yang dilakukan oleh informan terhadap budaya Korea yang ada di media massa memberikan hasil yang sama, yaitu keputusan untuk bergabung dalam komunitas penggemarnya. Hal ini karena

tanda-tanda yang ada di dalam produk tersebut.

Media massa merupakan agen terbesar dalam penyebaran musik K-pop kepada dunia, hal ini terjadi karena pengaruh globalisasi dimana media menjadi kebutuhan utama bagi masyarakat dunia. Media berperan dalam menyebarkan tanda-tanda dalam setiap kehidupan. Idola Korea memanfaatkan internet dengan untuk memberikan informasi secara rinci kepada penggemar mereka terkait dengan kegiatan yang sedang atau akan dilaksanakan. Selain idola Korea, komunitas ARMY Lampung selalu membagikan momen *event* yang diadakan di akun media sosial pribadinya, hal inilah yang menarik minat dari ARMY yang ada di Lampung untuk bergabung dalam komunitasnya.

### **Aktivitas Keseharian Anggota Komunitas Korean Pop**

Industri musik Korea melahirkan standarisasi dalam penyebarannya, salah satunya adalah standarisasi aktivitas yang harus dilakukan oleh pencintanya terhadap kegiatan konsumsi mereka atas produk musik Korea, hal inilah yang disebut sebagai budaya penggemar. Budaya penggemar tidak hanya melihat kegiatan konsumsi mereka sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan material, tetapi sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan hasrat dan identitas mereka. Budaya penggemar ini berasal dari kebiasaan yang dilakukan oleh penggemar yang berasal dari Korea dalam kegiatan mendukung idola.

Anggota komunitas ARMY Lampung dalam melakukan konsumsi terhadap BTS (*Bangtan Boys*) tercermin dari aktivitas kesehariannya. Aktivitas keseharian yang dilakukan oleh anggota komunitas ARMY Lampung terpusat pada kegiatan dalam upaya mendukung hasil karya idola mereka, seperti *streaming* lagu terutama di situs musik Korea dengan tujuan menambah jumlah pendengarnya agar idola meraih penghargaan musik di Korea, ataupun *music video* di youtube resmi milik idola dengan tujuan menambah jumlah penontonnya. Kegiatan *idoling* seperti yang dilakukan oleh informan sudah menjadi kebiasaan yang dilakukan setiap harinya.

Anggota komunitas ARMY Lampung juga rutin untuk saling berbagi informasi terbaru terkait dengan jadwal kegiatan yang akan dilakukan oleh idola mereka melalui pesan yang dikirimkan di grup whatsapp khusus ARMY Lampung, seperti jadwal promosi mingguan dari lagu yang baru dikeluarkan, hingga jadwal acara penghargaan atau festival musik yang akan dihadiri oleh BTS (*Bangtan Boys*), terkadang mereka juga mengingatkan untuk melakukan *voting* agar idola mereka dapat memenangkan suatu penghargaan.

Hal tersebut dilakukan sebagai upaya penggemar untuk mendukung idola mereka secara bersama-sama. Mereka berupaya untuk menarik anggota komunitas yang lain agar

terlibat dalam aktivitas mendukung idola, ketika anggota komunitas telah melakukan aktivitas yang sama akan muncul rasa bangga dalam diri. Pada akhirnya akan timbul ikatan emosional antar penggemar karena mereka berbagi aktivitas yang sama, mereka merasa memiliki kesamaan antara satu dengan lain yang akhirnya akan menghadirkan hubungan sosial yang dekat antar anggota komunitas.

### **Manfaat Menjadi Anggota Komunitas *Korean Pop***

#### 1. Pemahaman Bahasa Asing

Penggunaan waktu serta energi secara berlebih-lebihan untuk aktivitas konsumsi budaya Korea, karena aktivitas ini membutuhkan waktu yang tidak sedikit, seperti ketika menonton drama Korea, hingga ketika mendengar lagu Korea. Kegiatan konsumsi terhadap tren dari Korea yang dilakukan secara intens setiap harinya tanpa sadar membawa dampak dalam diri individu. Hal ini terjadi karena individu tersebut terus-menerus menikmati dalam jangka waktu yang lama setiap harinya, hingga menjadikannya akrab dengan setiap tayangan yang dilihat.

Konsumsi terhadap produk hiburan dari Korea Selatan secara berlebihan tanpa sadar membawa pengaruh berupa pengenalan terhadap budaya yang turut disajikan dalam tayangannya, seperti cara makan, serta cara mereka berkomunikasi antara satu dengan yang lain, dalam hal ini adalah bahasa yang digunakan dalam komunikasi tersebut. Mereka mulai merasa akrab dengan percakapan-percakapan yang biasa diucapkan, kata-kata sederhana yang sering digunakan juga tanpa sadar lebih mudah dihafal makna dan penggunaannya. Perilaku konsumtif yang dilakukan atas konsumsi mereka terhadap hiburan Korea secara tidak sadar menambah kemampuan berbahasa mereka karena banyaknya waktu yang digunakan dalam aktivitas tersebut.

#### 2. Pertemanan yang Luas

Anggota komunitas pecinta K-pop memiliki loyalitas yang tinggi terhadap komunitas mereka contohnya dengan mengikuti segala aturan yang ditetapkan oleh komunitas serta mengikuti segala aktivitas yang dilakukan oleh komunitas, hubungan antar anggotanya juga terjalin dengan baik seiring dengan tingkat partisipasi yang tinggi dari anggota terhadap kegiatan yang diadakan oleh komunitas. Karena berbagi minat yang sama, antar anggota komunitas juga akan terjalin ikatan yang erat, hal ini terjadi karena mereka cenderung mengalami situasi yang sama terkait dengan kesukaannya jadi ikatan emosional juga terbentuk karena persamaan yang dimiliki.

Identitas yang dimiliki oleh anggota komunitas pecinta musik K-pop membuat mereka lebih mudah berinteraksi dengan individu lain dengan identitas yang sama karena persamaan identitas tersebut, semakin banyak kegiatan yang diikuti maka akan semakin banyak juga orang-orang baru yang memiliki identitas sama yang ditemui, hal inilah yang membuat lingkup pertemanan menjadi semakin luas. Semakin banyak *event* yang diikuti maka akan semakin banyak orang baru yang ditemui.

### 3. Kegiatan Amal

Aktivitas yang dilakukan oleh komunitas ARMY Lampung bertujuan untuk menaikkan eksistensi komunitas di dalam masyarakat, dengan mengadakan kegiatan yang bermanfaat bagi khalayak ramai, seperti pengadaan kegiatan amal. Kegiatan amal akan membuat komunitas dikenal sebagai sebuah perkumpulan penggemar yang membawa pesan-pesan kebaikan dalam aktivitas mereka. Ketika anggota komunitas secara aktif turut serta dalam kegiatan amal yang diadakan oleh komunitas tentunya akan meningkatkan posisi mereka di dalam komunitas karena telah terlibat dalam kegiatan yang memiliki nilai kebaikan, serta komunitas ARMY Lampung akan semakin dipandang baik oleh masyarakat umum karena telah menjadi pelaksana kegiatan tersebut.

## **Masalah Selama Menjadi Anggota Komunitas *Korean Pop***

### 1. *Bullying*

Aktivitas yang dilakukan oleh pecinta musik K-pop membawa berbagai respon dari orang-orang disekitar mereka, namun kebanyakan yang diterima merupakan respon negatif, biasanya disertai dengan cemoohan. Perundungan secara verbal yang diterima oleh penggemar musik K-pop seperti sebuah keharusan ketika mereka memutuskan untuk melakukan konsumsi terhadap budaya Korea, hal ini terjadi karena di dalam masyarakat kelompok ini dianggap memiliki sikap fanatisme yang berlebihan terhadap idola mereka.

Saling cemooh seperti ini juga sebenarnya diterima oleh penggemar K-pop dari kelompok penggemar K-pop yang lain juga atau yang biasa disebut *fanwar*, hal ini terjadi karena beberapa faktor, seperti ketika idola mereka bersaing dalam acara penghargaan, atau ketika idola mereka mengeluarkan album atau lagu baru secara bersamaan, *fanwar* seperti hal yang wajar di lakukan.

Selain diterima dari orang lain, perilaku penggemar K-pop sebenarnya juga agresif secara verbal, baik di dunia nyata maupun di dunia maya. Pecinta K-pop sering bereaksi terhadap orang-orang yang tidak menyukai idola mereka. Reaksi ini bisa berupa penjelasan

yang panjang lebar, atau dalam bentuk yang agresif yang dapat memicu pertengkaran. Pertengkaran bahkan bisa terjadi didalam *fandom* yang sama karena perbedaan pandangan.

Reaksi yang ditunjukkan oleh penggemar merupakan produk dari klaim idola bahwa penggemar adalah teman terdekat mereka, sehingga dinilai wajar untuk menunjukkan reaksi yang agresif ketika ada individu atau kelompok lain menyatakan ketidaksukaannya terhadap idola mereka sebagai bentuk pembelaan. Hal ini menjadi bukti bahwa idola K-pop telah berhasil memasukkan diri mereka kedalam kehidupan para penggemarnya.

Penggemar K-pop merupakan penggemar yang loyalitasnya tidak dapat diragukan lagi, bahkan dalam urusan membela idolanya, hal inilah yang menjadi ciri khas dari penggemar K-pop dan membedakannya dengan penggemar-penggemar musik negara yang lain. Secara sederhana cemoohan atau perundungan secara verbal terjadi karena perbedaan identitas yang dimiliki antar kelompok.

## 2. Gaya Hidup Konsumtif

Komunitas ARMY Lampung sebagai salah satu kelompok sosial juga memiliki gaya hidupnya sendiri yang membedakannya dengan orang lain. Gaya hidup yang dijalankan oleh komunitas ARMY Lampung ini juga menjadi identitas bagi komunitas yang juga menjadi pembeda dengan komunitas yang lain. Perbedaan tersebut dapat dilihat melalui pola perilaku, pola konsumsi, dan cara mengisi kesehariannya.

Ekspresi gaya hidup yang ditunjukkan oleh anggota komunitas ARMY Lampung secara jelas adalah yang berkaitan dengan penampilan luar. Penampilan luar ini berkaitan dengan gaya *make up* maupun gaya berpakaian. Mereka menjadikan idola mereka yaitu BTS (*Bangtan Boys*) sebagai referensi utama penampilan luar mereka. Sebagai penggemar yang memperhatikan setiap detail tentang idola, mereka juga memperhatikan apapun yang dikenakan idola. ARMY biasanya menjadi tertarik dengan segala sesuatu yang dipakai oleh idolanya, seperti *cardigan*, *sweater*, hingga aksesoris-aksesoris yang dipakai juga diminati, bahkan memutuskan untuk membeli parfum dengan merk yang sama dipakai oleh idola.

Bentuk ekspresi gaya hidup anggota komunitas ARMY Lampung yang lain adalah pengoleksian barang terkait BTS (*Bangtan Boys*). Kegiatan pengoleksian ini merupakan bentuk kasih sayang dari penggemar terhadap idolanya, serta sebagai bukti dukungan yang nyata, dan membuat mereka merasa lebih dekat dengan idolanya.

Bagi anggota komunitas ARMY Lampung, kepemilikan terhadap barang terkait dengan BTS (*Bangtan Boys*) merupakan identitas mereka sebagai ARMY yang mampu menunjukkan siapa mereka dan siapa idola mereka. Semakin mahal barang yang dimiliki,

maka akan semakin kuat identitas mereka semakin kuat, terutama barang-barang *official*. Barang *official* yang umumnya dimiliki oleh anggota komunitas ARMY Lampung adalah album, *photocard* (PC), *lightstick*, dan lain-lain. Barang *official* yang dimiliki tersebut terjadi pengikisan nilai guna dari barang tersebut. Album yang berisi CD musik terbaru BTS (*Bangtan Boys*) harusnya dimainkan untuk didengarkan lagunya, namun hanya disimpan dan dipajang sebagai hiasan semata, hal tersebut menyebabkan terkikisnya nilai guna dari album tersebut. Sama halnya dengan barang lainnya, terutama barang yang harganya mahal.

## KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang melatarbelakangi keputusan seseorang untuk bergabung menjadi anggota komunitas pecinta musik K-pop terdapat dua faktor yaitu faktor internal atau dari dalam diri individu yang berupa sikap, pengalaman dan pengamatan, konsep diri dan motif; selain itu terdapat juga faktor eksternal atau dari luar individu yang menjadi latar belakang kesukaan individu yang meliputi pengaruh dari luar seperti media massa maupun pengaruh dari individu lain.
2. Aktivitas keseharian pecinta K-pop selalu terpusat pada kegiatan *online* seperti aktif di media sosial untuk mencari info-info terbaru terkait dengan idola mereka, maupun berinteraksi melalui komentar, serta pesan pribadi baik dengan idola maupun dengan penggemar yang lainnya, selain itu *streaming* baik itu video klip maupun siaran langsung yang dilakukan idola Korea juga menjadi aktivitas yang wajib dilakukan oleh penggemar.
3. Menjadi penggemar musik K-pop membawa dampak yang baik pada dirinya selaku penggemar serta lingkungan sekitar, hal ini berkaitan dengan aktivitas yang dilakukan setiap hari, seperti mereka lebih mudah menguasai bahasa asing dikarenakan interaksi yang dilakukan dengan idola mereka maupun dari tayangan yang mereka tonton, selain itu kegiatan amal yang dilakukan oleh komunitas penggemar secara langsung membuat pecinta musik K-pop merasa tergerak dan turut serta mengikuti kegiatan tersebut.
4. Seseorang yang memutuskan untuk menjadi penggemar musik K-pop pastinya pernah mengalami ejekan dari orang-orang sekitarnya, hal ini karena citra yang buruk dari penggemar musik K-pop dalam masyarakat, selain itu penggemar musik K-pop juga cenderung memiliki gaya hidup yang konsumtif, hal ini dikarenakan konsumsi mereka terhadap barang-barang bertema K-pop dan terutama idola mereka yang tinggi.

Konsumsi yang dilakukan penggemar musik K-pop dianggap sebagai identitas bagi diri mereka, sehingga ketika melakukan kegiatan konsumsi akan menimbulkan rasa bangga dalam diri mereka.

## DAFTAR PUSTAKA

- Baudrillard, Jean P. 2004. *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Bungin, Burhan. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Hogg, Michael A. & Dominic Abrams. *Comments on the Motivational of Self- esteem in Social Identity and Intergroup Discrimination*. European Journal of Social Psychology. 317-334.
- Levinia, Prasiska. 2018. *Motivasi Kerja Anggota Komunitas Ketimbang Ngemis*. Yogyakarta: Fakultas Psikologi UAD.
- Nugraheni, P.N.A. 2003. *Perbedaan Gaya Hidup Hedonis pada Remaja Ditinjau dari Lokasi Tempat Tinggal*. Surakarta: Fakultas Psikologi UMS.
- Sumarwan, U. 2015. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Waryanti, Tiya. 2018. *Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang Memiliki Usaha dan Tidak Memiliki Usaha*. Metro: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN.
- Wildani, Fanny. 2020. *Pembentukan Komunitas K-pop di Kota Pekanbaru*. JOM FISIP vol. 8: Edisi II.
- Yoon, Tae-Jin & Dal Yong-Jin. 2017. *The Korean Wave: Evolution, Fandom, and Transnationality*. Lexington Books.