

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang pesat pada era ini mempercepat arus globalisasi di berbagai bidang kehidupan, termasuk di Indonesia. Globalisasi dapat diartikan sebagai suatu proses integrasi berbagai informasi, budaya, ekonomi, politik, dan aspek lainnya dari berbagai belahan dunia. Kemajuan teknologi turut mempermudah masyarakat untuk mengakses informasi dari berbagai sudut dunia, salah satunya berupa masuknya berbagai budaya asing yang kemudian berkembang di Indonesia. Masuknya budaya-budaya asing tersebut memunculkan budaya-budaya yang digemari banyak orang dan dimaknai sebagai budaya populer. Salah satu budaya populer yang menarik perhatian global, sebagaimana ditunjukkan oleh meluasnya penyebaran produk hiburan dan gaya hidup Korea ke berbagai negara adalah budaya populer Korea Selatan, yang dikenal dengan istilah *Korean Wave*.

Korean Wave (Hallyu) adalah fenomena menyebarnya budaya populer Korea Selatan secara global, mencakup drama, musik (K-pop), film, fesyen, kuliner, hingga kecantikan, sebagai bagian dari industri budaya yang diproduksi dan disebarluaskan secara sistematis oleh Korea Selatan.¹ Istilah ini pertama kali digunakan oleh media massa Tiongkok pada akhir 1990-an untuk menggambarkan gelombang popularitas

¹ Pusat Penelitian Kemasyarakatan dan Kebudayaan LIPI, "Korean Wave: Pariwisata, Soft Power, dan Gerakan Ekspansi Budaya Pop," diakses 15 Juli 2026, <http://pmb.lipi.go.id/korean-wave-pariwisata-soft-power-dan-gerakan-ekspansi-budaya-pop/>.

budaya Korea yang meluas ke berbagai negara Asia sebelum akhirnya mendunia.²

Fenomena *Korean Wave* ini memunculkan pula fenomena baru yaitu fanatisme. Fanatisme dapat dipahami sebagai suatu paham atau perilaku yang menunjukkan ketertarikan, kepercayaan, atau dedikasi yang berlebihan terhadap suatu objek, ide, atau kelompok tertentu, sehingga cenderung mengabaikan pandangan atau sudut pandang lain.³ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) sendiri mendefinisikan fanatisme sebagai keyakinan yang terlalu kuat terhadap suatu ajaran, baik politik, agama, maupun bidang lainnya.⁴

Sebagian masyarakat mempersepsikan sikap penggemar *Korean Wave* sebagai perilaku yang berlebihan, cenderung mendramatisasi berbagai hal, adiktif, dan konsumtif akibat kecintaan terhadap idola yang mereka sukai, misalnya dengan membelanjakan uang untuk membeli *merchandise*, album, dan pernik-pernik idola. Fenomena *Korean Wave* yang menimbulkan penggemar fanatik secara tidak langsung turut membentuk gaya hidup penggemar itu sendiri. Dalam fenomena ini, para penggemar *Korean Wave* mengonsumsi produk budaya tertentu. Refleksi dari interpretasi penggemar terhadap materi yang mereka konsumsi kemudian menciptakan gaya hidup, yang pada gilirannya berkontribusi pada pembentukan identitas diri mereka. Fenomena ini menarik untuk dikaji lebih dalam karena melibatkan konstruksi gaya hidup yang kompleks; bagi penggemar *Korean Wave*,

² Galuh Kinanthi Herhayyu Adi, "Korean Wave: Studi tentang Pengaruh Budaya Korea pada Penggemar K-Pop" (skripsi, Universitas Diponegoro, 2019), diakses 15 Juli 2026.

gaya hidup ini turut berperan dalam mengonstruksi identitas diri dan memperoleh pengakuan sosial.

Dalam perspektif teoritis yang dikembangkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann dalam karya monumental mereka *The Social Construction of Reality* menjelaskan bahwa realitas sosial termasuk gaya hidup bukanlah sesuatu yang ada dengan sendirinya, melainkan dikonstruksi secara aktif oleh individu-individu melalui interaksi sosial dalam kehidupan sehari-hari mereka.³ Teori konstruksi sosial Berger dan Luckmann mengidentifikasi tiga momen dialektis yang saling berkaitan dalam proses pembentukan realitas sosial: eksternalisasi (*externalization*), objektivasi (*objectivation*), dan internalisasi (*internalization*). Para penggemar fanatik *Korean Wave* di Jakarta menggunakan kecintaan mereka terhadap budaya Korea sebagai medium untuk mengekspresikan diri (eksternalisasi), membangun norma-norma dalam komunitas penggemar (objektivasi), serta menyerap nilai-nilai dan identitas sebagai seorang fans ke dalam diri mereka (internalisasi). Ketiga momen dialektis inilah yang menjadi lensa utama dalam penelitian ini.⁴

Kajian mengenai *Korean Wave* sebagai bentuk *soft power* dan diplomasi budaya Korea Selatan menunjukkan bahwa K-pop dan produk budaya Korea lainnya tidak semata-mata berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai medium transmisi nilai-nilai tertentu kepada penontonnya.⁵

³ Peter L. Berger & Thomas Luckmann, *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge* (New York: Anchor Books, 1966), hlm. 51–55.

⁴*Ibid.*, hlm. 59–61.

Nilai-nilai yang ditampilkan, seperti kerja keras, disiplin, dan orientasi pengembangan diri, dalam fenomena penggemar *Korean Wave* menunjukkan bahwa fanatisme dapat terkait dengan konstruksi gaya hidup yang diinternalisasi oleh penggemar dan kemudian diwujudkan dalam perilaku serta gaya hidup sehari-hari mereka. Penggemar tidak hanya berperan sebagai konsumen pasif yang mengonsumsi barang-barang dalam konten budaya *Korean Wave*, melainkan juga berperan aktif sebagai distributor dan promotor budaya Korea melalui berbagai aktivitas di media sosial. Aktivitas fandom yang intens ini — mencakup *streaming*, *voting*, pembuatan konten, dan partisipasi dalam komunitas — secara tidak langsung membentuk pola konsumsi, interaksi sosial, identitas kelompok, dan gaya hidup penggemar. Dengan demikian, konstruksi gaya hidup penggemar fanatik *Korean Wave* merupakan proses yang berlangsung secara aktif dan dinamis dalam konteks komunitas fandom.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji konstruksi gaya hidup penggemar fanatik *Korean Wave*. Ketertarikan ini didasarkan pada masih terbatasnya penelitian di Indonesia yang menggunakan perspektif konstruksi sosial, khususnya yang menerapkan kerangka teoretis Berger dan Luckmann secara sistematis untuk menganalisis fenomena *Korean Wave*. Sebagian besar studi mengenai topik ini masih terbatas pada perilaku konsumsi atau perubahan selera terhadap budaya populer, tanpa mendalami bagaimana proses konstruksi gaya hidup itu berlangsung. Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji secara mendalam bagaimana mahasiswa penggemar fanatik *Korean Wave* di Jakarta mengonstruksi gaya hidup

mereka melalui lensa teori konstruksi sosial.

1.2 Permasalahan Penelitian

Pada era modern ini, masyarakat sangat bergantung pada teknologi dalam berbagai aktivitas kehidupan sehari-hari. Salah satu pemanfaatan teknologi yang paling luas adalah internet, yang memudahkan akses informasi bagi penggunanya karena dapat dijangkau secara luas. Internet dan teknologi digital telah menjadi salah satu kebutuhan penting dalam kehidupan sehari-hari mahasiswa. Mahasiswa dan masyarakat pada era sekarang tidak bisa lepas dari teknologi, karena kemajuan teknologi telah menyatu dengan hampir seluruh aspek kehidupan, mulai dari komunikasi hingga proses pembelajaran (Wahyudi, 2018). Penelitian ini melihat bahwa generasi muda, salah satunya mahasiswa yang sangat bergantung pada akses teknologi internet, memiliki keterpaparan yang tinggi terhadap berbagai budaya asing. Akses internet yang dimanfaatkan oleh mahasiswa memungkinkan penyebaran berbagai budaya asing secara lebih cepat dan luas. Budaya-budaya asing ini memengaruhi konstruksi pandangan mereka mengenai gaya hidup yang dijalani, seiring intensitas waktu yang tinggi dalam penggunaannya. Sebagai bagian dari generasi muda yang menikmati sajian hiburan budaya asing, mahasiswa yang menggemari salah satu hiburan tersebut *Korean Wave* berpotensi mengarah pada sikap fanatisme terhadap *Korean Wave*.

Fenomena fanatisme terhadap *Korean Wave* menjadi fokus kajian dalam penelitian ini untuk memahami proses pemaknaan penggemar terhadap berbagai

produk budaya Korea serta keterkaitannya dengan konstruksi gaya hidup. Penelitian ini berupaya menganalisis bagaimana pengalaman, interaksi, dan aktivitas dalam fandom berkontribusi terhadap pembentukan gaya hidup para penggemar. Ketertarikan tersebut didukung oleh temuan awal penelitian berupa pengakuan salah seorang mahasiswa penggemar fanatik *Korean Wave* di Jakarta. Informan menyatakan bahwa keterlibatannya sebagai penggemar fanatik telah memengaruhi berbagai aspek gaya hidupnya, mulai dari pola konsumsi, aktivitas sehari-hari, hingga cara memaknai identitas sebagai bagian dari komunitas penggemar. Temuan awal ini menjadi dasar bagi peneliti untuk mengkaji lebih mendalam proses konstruksi gaya hidup penggemar fanatik *Korean Wave*.

Pembentukan konstruksi gaya hidup ini terjadi melalui konten yang dikonsumsi informan. Sebagai contoh, sejumlah konten menampilkan gaya berbicara dengan ciri khas tegas dan cenderung kuat; informan mengakui bahwa ia kerap mengadopsi gaya komunikasi atau ekspresi tersebut dalam interaksi sosial dengan orang lain bukan hanya dalam bentuk sifat, melainkan juga dalam dinamika emosi dan gaya hidup yang terbentuk.

Salah seorang informan mengungkapkan: “*salah satu sajian konten Korean Wave itu kan ada drama korea nah kalo udah nonton drama tuh kita kaya ikut ngerasain apa yang mereka rasain. Kalo sedih, ya kita nangis. Kalo seneng, ya kita teriak-teriak Kalo kurang peka, kita juga ikutan greget seolah olah pengen masuk ke drama itu dan juga dalam gaya berpakaian kita ngikutin apa yang mereka pakai...*”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa keterlibatan informan dalam mengonsumsi konten *Korean Wave* tidak hanya terbatas pada aktivitas menonton, tetapi juga melibatkan keterikatan emosional serta kecenderungan mengadopsi berbagai praktik budaya yang ditampilkan, seperti gaya berpakaian. Temuan awal ini mengindikasikan bahwa pengalaman sebagai penggemar fanatik *Korean Wave* berpotensi berkaitan dengan proses konstruksi gaya hidup. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji lebih mendalam bagaimana konstruksi gaya hidup terbentuk pada lima mahasiswa penggemar fanatik *Korean Wave* di Jakarta yang bervariasi dari segi gender, usia, asal kampus, fandom yang diikuti, dan lama keterlibatan (profil lengkap disajikan pada Bab II) melalui perspektif konstruksi sosial Berger dan Luckmann.

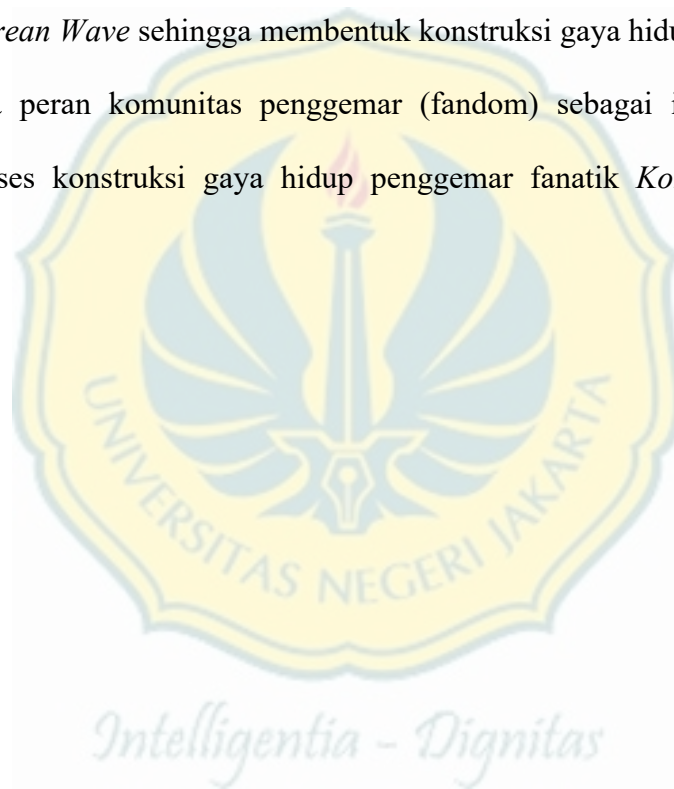
Semakin kuat tafsir pemaknaan penggemar terhadap pemanfaatan musik *Korean Wave*, yang tidak hanya diperuntukkan bagi nilai guna (*use value*) tetapi juga mengejar nilai simbolik (*sign value*),⁶ semakin tinggi pula sikap fanatismenya terhadap budaya tersebut, sehingga identitas gaya hidup mereka akan terbentuk.⁵ Kelima mahasiswa yang menjadi informan dalam penelitian ini merupakan bagian dari penggemar budaya *Korean Wave*, sehingga penelitian ini mengkaji bagaimana implikasi keterlibatan mereka terhadap konstruksi gaya hidup yang terbentuk.

Berdasarkan permasalahan tersebut, peneliti merumuskan sejumlah

⁵ Karina Amaliantami, Skripsi: gaya hidup generasi z sebagai penggemar fanatik *korean wave*, (Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro, 2019), hlm 20.

pertanyaan penelitian, sebagai berikut:

1. Bagaimana proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi berlangsung dalam konstruksi gaya hidup mahasiswa penggemar fanatik *Korean Wave* di Jakarta?
2. Bagaimana proses sosial yang mendorong mahasiswa menjadi penggemar fanatik *Korean Wave* sehingga membentuk konstruksi gaya hidup mereka?
3. Bagaimana peran komunitas penggemar (fandom) sebagai institusi sosial dalam proses konstruksi gaya hidup penggemar fanatik *Korean Wave* di Jakarta?



1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi dalam konstruksi gaya hidup mahasiswa penggemar fanatik *Korean Wave* di Jakarta.
2. Mengidentifikasi proses sosial yang mendorong mahasiswa menjadi penggemar fanatik *Korean Wave* sehingga membentuk konstruksi gaya hidup mereka.
3. Memahami peran komunitas penggemar (fandom) sebagai institusi sosial dalam proses konstruksi gaya hidup penggemar fanatik *Korean Wave* di Jakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah pengetahuan dan mampu dijadikan bahan untuk referensi serta informasi pada bidang studi Pendidikan Sosiologi khususnya bidang Sosiologi Kebudayaan ataupun ranah dampak kebudayaan asing.

2. Manfaat Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat bisa menambah kepustakaan dan referensi literatur di Prodi Pendidikan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta.

3. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran bagaimana budaya

Korean wave berkembang di Indonesia hingga menjadikan fanatisme bagi kalangan mahasiswa Indonesia yang berperan membentuk konstruksi gaya hidup mahasiswa terutama di Jakarta.

1.5 Tinjauan Penelitian Sejenis

Penelitian ini menggunakan beberapa tinjauan penelitian sejenis berupa jurnal sebagai acuan bahan referensi bagi peneliti yang dapat membantu peneliti dalam proses penelitian. Berikut beberapa contoh penelitian terdahulu sejenis yang diambil peneliti dari jurnal internasional yang berkaitan dengan topik konstruksi gaya hidup penggemar fanatik budaya *Korean Wave*:

Penelitian pertama yang dilakukan oleh Lee Hye-Kyung dan Zhang Xiyu dengan judul "*The Korean Wave as a Source of Implicit Cultural Policy: Making of a Neoliberal Subjectivity in Korean Style*" yang diterbitkan pada tahun 2021 dalam *International Journal of Cultural Studies*. Artikel ini membahas mengenai bagaimana *Korean Wave* (Hallyu) berfungsi sebagai sarana pembentukan identitas dan nilai-nilai sosial generasi muda Korea melalui apa yang disebut sebagai *implicit cultural policy* (kebijakan budaya implisit). Penulis menganalisis bagaimana budaya populer Korea, khususnya K-Pop, *web drama*, dan program audisi idol yang digunakan oleh pemerintah, perusahaan, media, dan industri hiburan untuk membentuk karakter ideal generasi muda Korea.

Penulis menjelaskan bahwa *Korean Wave* tidak hanya berfungsi sebagai

produk hiburan, tetapi juga sebagai media yang menanamkan nilai-nilai tertentu kepada generasi muda. Melalui *web drama* seperti *Be Positive* dan *Choco Bank*, anak muda Korea digambarkan sebagai individu yang harus tetap optimis, bekerja keras, mampu mengembangkan diri, serta berani mengejar impian meskipun menghadapi kondisi ekonomi yang sulit. Tokoh-tokoh dalam drama tersebut terus didorong untuk tidak menyerah, bertanggung jawab atas masa depan mereka sendiri, dan berusaha menciptakan peluang melalui kreativitas dan kewirausahaan.

Selain itu, penulis juga menjelaskan bahwa program audisi *Produce 101* menampilkan gambaran anak muda ideal yang bertanggung jawab atas keberhasilan maupun kegagalannya sendiri. Para peserta didorong untuk terus meningkatkan kemampuan, bekerja keras, mampu menerima kritik, serta bersaing secara sehat dalam mencapai kesuksesan. Program tersebut juga menanamkan pentingnya kerja sama tim, kerendahan hati, dan kedisiplinan sebagai karakter yang harus dimiliki oleh generasi muda Korea.

Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa nilai-nilai yang ditampilkan dalam *Korean Wave* merupakan perpaduan antara nilai *neoliberal modern* dan nilai tradisional Korea yang berakar pada Konfusianisme. Di satu sisi, pemuda didorong menjadi individu yang kreatif, mandiri, kompetitif, dan berorientasi pada pengembangan diri. Namun di sisi lain, mereka tetap dituntut untuk menghormati orang tua, menjaga keharmonisan kelompok, bersikap rendah hati, dan mengutamakan kepentingan bersama. Sehingga, *Korean Wave* mampu membentuk model "pemuda

ideal" yang khas Korea.

Penulis dalam melakukan penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis wacana (*discourse analysis*). Data penelitian diperoleh melalui analisis terhadap dua *web drama*, yaitu *Be Positive* dan *Choco Bank*, serta program audisi KPop *Produce 101*. Analisis dilakukan untuk mengidentifikasi bagaimana representasi anak muda yang pekerja keras, mampu mencapai kesuksesan, dan mampu mengembangkan diri dikonstruksikan melalui produk budaya populer Korea.

Kesimpulan dari artikel ini adalah bahwa *Korean Wave* berfungsi sebagai instrumen kebijakan budaya implisit yang membentuk subjektivitas generasi muda Korea. Melalui drama, musik, dan *reality show*, generasi muda didorong untuk menjadi individu yang produktif, kompetitif, bertanggung jawab, dan terus mengembangkan diri. Penelitian ini menunjukkan bahwa budaya populer memiliki peran penting dalam membentuk cara berpikir, nilai hidup, dan identitas sosial generasi muda.

Penelitian ini relevan dengan penelitian "Konstruksi Sosial Gaya Hidup Penggemar Fanatik Budaya *Korean Wave* (Studi Kasus 5 Mahasiswa Fans Fanatik *Korean Wave* di Jakarta)" karena menunjukkan bahwa *Korean Wave* tidak hanya mempengaruhi preferensi hiburan, tetapi juga berperan dalam membentuk identitas, nilai, dan gaya hidup penggemarnya. Nilai-nilai seperti kerja keras, disiplin, pengembangan diri, loyalitas terhadap kelompok, dan orientasi pada pencapaian yang ditampilkan dalam K-Pop maupun drama Korea berpotensi diinternalisasi oleh para penggemar dan diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, penelitian ini

dapat menjadi landasan teoritis untuk menjelaskan bagaimana budaya *Korean Wave* dikonstruksi dan direproduksi melalui praktik sosial para penggemar.

Penelitian kedua yang dilakukan oleh Jung Sun dan Shim Doobo dengan judul "*Social Distribution: K-Pop Fan Practices in Indonesia and the 'Gangnam Style' Phenomenon*" yang diterbitkan pada tahun 2014 dalam *International Journal of Cultural Studies*. Artikel ini membahas tentang praktik fandom K-Pop di Indonesia serta fenomena global lagu *Gangnam Style* yang dianalisis menggunakan konsep *social distribution*. Penelitian ini menjelaskan bagaimana media sosial memungkinkan penggemar berpartisipasi aktif dalam penyebaran budaya populer Korea melintasi batas negara. Dalam konteks ini, penggemar tidak hanya berperan sebagai konsumen, tetapi juga sebagai distributor dan promotor budaya Korea melalui berbagai aktivitas di media sosial.

Penulis menjelaskan dalam penelitiannya, penggemar K-Pop di Indonesia memanfaatkan media sosial seperti *YouTube*, *Twitter*, *Facebook*, blog, dan forum daring untuk memperoleh informasi terbaru mengenai idol, mengakses video musik, berbagi konten, serta berinteraksi dengan sesama penggemar. Sebagian besar responden memilih media sosial karena dianggap mudah diakses, cepat memberikan informasi terbaru, berbiaya rendah, dan memungkinkan terjadinya pertukaran informasi maupun emosi antar anggota fandom.

Penulis juga menjelaskan bahwa proses distribusi budaya Korea melalui media sosial merupakan hasil interaksi antara dua kekuatan utama, yaitu partisipasi penggemar

yang bersifat *bottom-up* seperti penggemar membantu meningkatkan popularitas lagu dengan membagikan video, menciptakan tren di *Twitter*, membuat video parodi, dan memproduksi berbagai bentuk konten kreatif lainnya serta strategi perusahaan hiburan yang bersifat *top-down* seperti menyediakan konten dan dukungan promosi, sedangkan penggemar berperan dalam memperluas penyebaran konten melalui jaringan sosial mereka. Hubungan ini menunjukkan bahwa kesuksesan *global* K-Pop tidak dapat dipisahkan dari kontribusi aktif komunitas fandom.

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data diperoleh melalui observasi partisipatif daring terhadap komunitas penggemar K-Pop, penyebaran kuesioner kepada penggemar K-Pop Indonesia, serta wawancara dengan pelaku industri musik dan media sosial. Pendekatan ini digunakan untuk memahami secara mendalam bagaimana praktik fandom berkontribusi terhadap penyebaran budaya populer Korea di tingkat *global*.

Kesimpulan dari artikel ini adalah media sosial telah mengubah pola distribusi budaya populer dari yang sebelumnya didominasi oleh perusahaan media menjadi proses yang melibatkan partisipasi aktif penggemar. Penggemar K-Pop Indonesia terbukti memiliki peran penting dalam memperluas penyebaran *Korean Wave* melalui aktivitas berbagi konten, membangun komunitas daring, dan menciptakan jaringan fandom lintas negara. Keberhasilan fenomena *Gangnam Style* menunjukkan bahwa penyebaran budaya populer Korea merupakan hasil sinergi antara kekuatan industri hiburan dan partisipasi aktif penggemar dalam lingkungan media digital.

Penelitian ini relevan dengan penelitian "Konstruksi Sosial Gaya Hidup Penggemar Fanatik Budaya *Korean Wave* (Studi Kasus 5 Mahasiswa Fans Fanatik *Korean Wave* di Jakarta)" karena menunjukkan bahwa penggemar tidak hanya mengonsumsi budaya Korea, tetapi juga berperan aktif dalam memproduksi, menyebarkan, dan mempertahankan budaya tersebut melalui media sosial. Aktivitas fandom yang dilakukan secara intens dapat membentuk pola konsumsi media, interaksi sosial, identitas kelompok, dan gaya hidup penggemar. Temuan ini dapat digunakan untuk menjelaskan bagaimana budaya *Korean Wave* dikonstruksi dan direproduksi dalam kehidupan sehari-hari para penggemar fanatik, khususnya melalui penggunaan media digital dan keterlibatan dalam komunitas fandom.

Penelitian ketiga yang dilakukan oleh Pyun Miran, Fang Lu, dan Pi Yunjin dengan judul "*The Relationship Between K-Pop Fandom Activities on Social Media Platform and Cultural Openness: Attitudes Toward the K-Wave as a Mediator*" yang diterbitkan pada tahun 2024 dalam *Asian Communication Research*. Artikel ini membahas tentang hubungan antara aktivitas fandom K-Pop di media sosial dengan keterbukaan budaya (*cultural openness*) yang dimediasi oleh sikap terhadap *Korean Wave* (*K-Wave*). Penelitian ini berangkat dari fenomena meningkatnya partisipasi penggemar K-Pop dalam berbagai aktivitas fandom di media sosial dan bagaimana aktivitas tersebut dapat mempengaruhi cara pandang mereka terhadap budaya asing.

Penulis dalam penelitiannya menjelaskan bahwa aktivitas fandom K-Pop di media sosial tidak hanya terbatas pada konsumsi musik dan hiburan, tetapi juga

mencakup interaksi sosial, pertukaran informasi, serta partisipasi dalam komunitas fandom internasional. Melalui platform seperti *YouTube*, *Twitter (X)*, *Facebook*, *Instagram*, dan berbagai komunitas daring lainnya, penggemar dapat berkomunikasi dengan sesama penggemar dari berbagai negara dan memperoleh pemahaman yang lebih luas mengenai budaya Korea.

Selain itu, penulis menjelaskan bahwa *Korean Wave* berperan sebagai mediator yang memperkuat hubungan antara aktivitas fandom dan keterbukaan budaya. Penggemar yang memiliki sikap positif terhadap *Korean Wave* cenderung menunjukkan tingkat keterbukaan budaya yang lebih tinggi dibandingkan mereka yang memiliki keterlibatan lebih rendah. Penelitian ini juga menemukan bahwa media sosial berfungsi sebagai ruang interaksi lintas budaya yang memungkinkan penggemar membangun jaringan sosial global.

Peneliti dalam melakukan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Data dikumpulkan dari penggemar K-Pop yang aktif menggunakan media sosial. Data kemudian dianalisis menggunakan analisis mediasi untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung antara aktivitas fandom K-Pop terhadap keterbukaan budaya melalui sikap terhadap *Korean Wave*.

Kesimpulan dari artikel ini adalah bahwa aktivitas fandom K-Pop di media sosial berpengaruh positif terhadap keterbukaan budaya penggemar. Sikap positif terhadap *Korean Wave* terbukti memediasi hubungan tersebut sehingga penggemar yang aktif dalam fandom dan memiliki pandangan positif terhadap budaya Korea

cenderung lebih terbuka terhadap budaya asing. Penelitian ini menunjukkan bahwa *Korean Wave* tidak hanya berperan sebagai fenomena hiburan global, tetapi juga sebagai media pertukaran budaya yang mampu meningkatkan pemahaman lintas budaya, toleransi, dan keterbukaan terhadap keberagaman budaya di kalangan penggemar.

Penelitian ini relevan dengan penelitian "Konstruksi Sosial Gaya Hidup Penggemar Fanatik Budaya *Korean Wave* (Studi Kasus 5 Mahasiswa Fans Fanatik *Korean Wave* di Jakarta)" karena menunjukkan bahwa keterlibatan penggemar dalam aktivitas fandom K-Pop tidak hanya mempengaruhi pola konsumsi hiburan, tetapi juga membentuk cara pandang, nilai, dan perilaku sosial mereka. Temuan ini dapat digunakan untuk menjelaskan bagaimana *Korean Wave* berkontribusi dalam membentuk gaya hidup penggemar fanatik melalui interaksi budaya, penggunaan media digital, dan keterlibatan aktif dalam komunitas fandom global.

Penelitian keempat yang dilakukan oleh Yoon Kyong dengan judul "*Between Universes: Fan Positionalities in the Transnational Circulation of K-Pop*" yang diterbitkan pada tahun 2022 dalam *Communication and the Public*. Artikel ini membahas tentang posisi dan pengalaman penggemar K-Pop dalam sirkulasi budaya transnasional. Penelitian ini menganalisis bagaimana penggemar dari latar belakang ras dan etnis yang berbeda memaknai keterlibatan mereka dalam fandom K-Pop serta bagaimana budaya populer Korea memengaruhi pembentukan identitas budaya mereka.

Penulis dalam penelitiannya menjelaskan bahwa K-Pop telah menciptakan ruang budaya global yang memungkinkan penggemar dari berbagai negara untuk berinteraksi dan membangun komunitas lintas batas. Melalui media digital dan komunitas fandom daring, penggemar dapat mengakses berbagai konten K-Pop serta berkomunikasi dengan penggemar lain yang memiliki minat serupa.

Selain itu, penulis menjelaskan bahwa pengalaman penggemar dalam fandom K-Pop dipengaruhi oleh latar belakang etnis dan ras mereka. Penggemar kulit putih di Kanada cenderung memandang K-Pop sebagai sarana untuk mengeksplorasi budaya baru dan membangun identitas kosmopolitan yang melampaui batas budaya Barat. Sementara itu, penggemar keturunan Asia melihat K-Pop sebagai media yang memperkuat identitas ke-Asia-an mereka serta memberikan representasi budaya yang selama ini kurang terlihat dalam media Barat.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa fandom K-Pop berfungsi sebagai ruang negosiasi identitas budaya. Melalui keterlibatan dalam komunitas fandom, penggemar dapat membangun identitas baru yang menggabungkan unsur budaya lokal dan budaya Korea. Komunitas fandom K-Pop memberikan rasa kebersamaan dan solidaritas bagi para anggotanya. Namun demikian, penelitian ini menemukan bahwa perbedaan ras, etnis, dan posisi sosial tetap memengaruhi cara penggemar memahami pengalaman mereka dalam fandom serta cara mereka berinteraksi dengan budaya Korea.

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan wawancara mendalam terhadap penggemar K-Pop muda di

Kanada. Data yang diperoleh dianalisis untuk memahami bagaimana penggemar dari latar belakang etnis yang berbeda memaknai keterlibatan mereka dalam fandom K-Pop dan bagaimana pengalaman tersebut berkontribusi terhadap pembentukan identitas budaya mereka.

Kesimpulan dari artikel ini adalah bahwa K-Pop telah menciptakan ruang budaya transnasional yang memungkinkan penggemar membangun identitas sosial dan budaya baru melalui keterlibatan dalam fandom. Pengalaman menjadi penggemar K-Pop tidak hanya berkaitan dengan konsumsi hiburan, tetapi juga berhubungan dengan proses pembentukan identitas, pencarian rasa memiliki, serta negosiasi posisi budaya dalam konteks globalisasi.

Penelitian ini relevan dengan penelitian "Konstruksi Sosial Gaya Hidup Penggemar Fanatik Budaya *Korean Wave* (Studi Kasus 5 Mahasiswa Fans Fanatik *Korean Wave* di Jakarta)" karena menunjukkan bahwa keterlibatan dalam fandom K-Pop berpengaruh terhadap pembentukan identitas, interaksi sosial, dan cara penggemar memaknai budaya Korea. Temuan ini mendukung kajian mengenai bagaimana *Korean Wave* membentuk gaya hidup penggemar melalui komunitas fandom, media digital, dan proses identifikasi budaya dalam konteks globalisasi.

Penelitian kelima yang dilakukan oleh Choi Hyun-ju dengan judul "*Do K-Pop Consumers' Fandom Activities Affect Their Happiness, Listening Intention, and Loyalty?*" yang diterbitkan pada tahun 2024 dalam *Behavioral Sciences*. Artikel ini membahas tentang pengaruh aktivitas fandom K-Pop terhadap kebahagiaan, intensi

mendengarkan musik, dan loyalitas konsumen. Penelitian ini menganalisis bagaimana keterlibatan penggemar dalam aktivitas fandom, baik secara daring (*online fandom activities*) maupun secara langsung (*offline fandom activities*), dapat memengaruhi kondisi psikologis dan perilaku konsumsi penggemar.

Dalam penelitiannya, penulis menjelaskan bahwa fandom K-Pop telah mengalami perkembangan dari sekadar aktivitas menikmati hiburan menjadi sebuah komunitas sosial yang memberikan pengalaman emosional dan identitas bagi para penggemarnya. Aktivitas fandom *online* memungkinkan penggemar berinteraksi melalui media digital, mengikuti perkembangan idola, berbagi informasi, serta membangun hubungan dengan sesama penggemar melalui komunitas daring. Sementara itu, aktivitas fandom *offline* dilakukan melalui keterlibatan langsung seperti menghadiri konser, kegiatan komunitas, dan berbagai acara yang berkaitan dengan idola.

Selain hubungan antara aktivitas fandom dan perilaku konsumsi, penelitian ini menemukan bahwa kebahagiaan memiliki pengaruh terhadap intensi mendengarkan musik dan loyalitas konsumen. Pengalaman positif yang diperoleh penggemar melalui fandom dapat meningkatkan keterikatan emosional mereka terhadap artis maupun produk budaya yang dikonsumsi.

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen K-Pop yang berasal dari Amerika Serikat dan Inggris. Jumlah

responden yang digunakan dalam penelitian sebanyak 331 responden valid. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) melalui aplikasi SmartPLS.

Kesimpulan dari artikel ini adalah bahwa fandom K-Pop memiliki fungsi yang lebih luas daripada sekadar aktivitas hiburan. Fandom menjadi ruang sosial yang memungkinkan penggemar membangun identitas, memperoleh kebahagiaan, menjalin hubungan dengan komunitas, serta membentuk loyalitas terhadap budaya atau produk yang berkaitan dengan idola mereka.

Penelitian ini relevan dengan penelitian mengenai "Konstruksi Sosial Gaya Hidup Penggemar Fanatik Budaya *Korean Wave* (Studi Kasus 5 Mahasiswa Fans Fanatik *Korean Wave* di Jakarta)" karena menunjukkan bahwa keterlibatan dalam fandom K-Pop dapat mempengaruhi cara individu membangun hubungan sosial, identitas diri, serta pola perilaku konsumsi budaya. Temuan penelitian ini memperkuat pemahaman bahwa *Korean Wave* tidak hanya menyebarkan produk hiburan, tetapi juga menciptakan komunitas global yang membentuk gaya hidup penggemar melalui interaksi digital, aktivitas komunitas, dan keterikatan emosional terhadap figur budaya populer.

Penelitian keenam yang dilakukan oleh Dávid Máté Hargitai, Annamária Sasné Grósz, dan Zsófia Sas dengan judul "*Hallyu in the Heart of Europe: The Rise of the Korean Wave in the Digital Space*" yang diterbitkan pada tahun 2023 dalam *Management & Marketing*. Artikel ini membahas tentang perkembangan *Korean Wave*

(Hallyu) di Eropa melalui ruang digital serta bagaimana aktivitas fandom K-Pop membentuk perilaku, identitas, dan gaya hidup penggemar. Penelitian ini menganalisis bagaimana keterlibatan penggemar terhadap budaya Korea melalui media digital dapat mempengaruhi aktivitas fandom, interaksi sosial, dan keputusan konsumsi terhadap produk budaya Korea.

Dalam penelitiannya, penulis menjelaskan bahwa ruang digital memiliki peran penting dalam memperluas penyebaran *Korean Wave* di luar Korea Selatan, khususnya di kawasan Eropa. Melalui media sosial, platform berbagi video, dan komunitas daring, penggemar K-Pop dapat mengakses berbagai konten budaya Korea seperti musik, drama, gaya berpakaian, makanan, hingga informasi mengenai kehidupan para idola.

Selain itu, penelitian ini menjelaskan bahwa keterlibatan penggemar dalam fandom K-Pop dipengaruhi oleh berbagai faktor psikologis dan sosial, seperti *Fear of Missing Out* (FOMO), tekanan dari lingkungan komunitas (*peer pressure*), serta tingkat keterlibatan individu dalam fandom (*fandom involvement*). Penggemar yang memiliki keterikatan kuat terhadap fandom cenderung lebih aktif mengikuti perkembangan idola, berpartisipasi dalam aktivitas komunitas, serta menunjukkan dukungan melalui berbagai bentuk konsumsi budaya.

Selain membahas aspek sosial, penelitian ini juga menjelaskan hubungan antara aktivitas fandom dengan perilaku konsumsi. Penggemar yang memiliki tingkat keterlibatan tinggi dalam fandom cenderung memiliki keinginan lebih besar untuk

membeli produk yang berkaitan dengan *Korean Wave*, seperti album musik, *merchandise*, produk kecantikan Korea, makanan Korea, serta layanan yang berkaitan dengan budaya Korea.

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Penelitian dilakukan terhadap penggemar *Korean Wave* di Hungaria dengan menggunakan kuesioner *online*. Dari jumlah responden yang terkumpul, sebanyak 495 responden digunakan dalam analisis penelitian. Data tersebut kemudian dianalisis menggunakan metode *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterlibatan fandom memiliki pengaruh penting terhadap aktivitas digital penggemar. Faktor psikologis seperti FOMO mendorong penggemar untuk tetap mengikuti aktivitas fandom agar tidak tertinggal dari komunitasnya. Hal ini menunjukkan bahwa fandom K-Pop tidak hanya membentuk hubungan sosial, tetapi juga menciptakan pola konsumsi dan gaya hidup tertentu di kalangan penggemar.

Penelitian ini relevan dengan penelitian mengenai "Konstruksi Sosial Gaya Hidup Penggemar Fanatik Budaya *Korean Wave* (Studi Kasus 5 Mahasiswa Fans Fanatik *Korean Wave* di Jakarta)" karena menjelaskan bagaimana keterlibatan dalam fandom K-Pop dapat mempengaruhi pola perilaku, identitas sosial, serta aktivitas sehari-hari penggemar. Temuan penelitian ini mendukung kajian mengenai bagaimana *Korean Wave* membentuk gaya hidup penggemar melalui media digital, komunitas

fandom, dan proses identifikasi terhadap budaya Korea.

Penelitian ketujuh yang dilakukan oleh Chang Herbert Ho-Chun, Pham Becky, dan Ferrara Emilio dengan judul "*Parasocial Diffusion: K-Pop Fandoms Help Drive COVID-19 Public Health Messaging on Social Media*" yang diterbitkan pada tahun 2023 dalam *Online Social Networks and Media*. Artikel ini membahas tentang peran fandom K-Pop dalam membantu penyebaran pesan kesehatan publik terkait COVID-19 melalui media sosial. Penelitian ini didasarkan pada konsep hubungan parasosial (*parasocial relationship*), yaitu hubungan emosional yang terjalin antara penggemar dan idol K-Pop.

Penulis dalam penelitiannya menjelaskan bahwa penggemar K-Pop memiliki tingkat keterlibatan yang tinggi terhadap informasi yang disampaikan oleh idol maupun komunitas fandom. Hubungan emosional yang kuat antara penggemar dan idol mendorong penggemar untuk lebih mudah menerima, mempercayai, dan menyebarkan informasi yang berkaitan dengan kesehatan publik. Melalui berbagai platform media sosial seperti Twitter (X), penggemar secara aktif memberikan informasi mengenai protokol kesehatan, vaksinasi, penggunaan masker, serta upaya pencegahan penyebaran COVID-19.

Selain itu, penulis menjelaskan bahwa struktur jaringan sosial fandom K-Pop memungkinkan penyebaran informasi berlangsung secara cepat dan luas. Komunitas fandom yang terorganisasi dengan baik mampu mengkoordinasikan berbagai aktivitas digital, termasuk kampanye kesehatan masyarakat. Aktivitas tersebut menunjukkan

bahwa fandom K-Pop memiliki kapasitas untuk memobilisasi anggotanya dalam mendukung tujuan sosial yang lebih luas di luar aktivitas hiburan semata.

Peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan analisis media sosial. Data dikumpulkan dari aktivitas pengguna Twitter yang berkaitan dengan fandom K-Pop dan pesan kesehatan publik selama pandemi COVID-19. Peneliti kemudian menganalisis pola interaksi, penyebaran informasi, serta karakteristik jaringan komunikasi yang terbentuk di antara para penggemar untuk memahami bagaimana informasi kesehatan dapat menyebar melalui komunitas fandom.

Kesimpulan dari artikel ini adalah bahwa fandom K-Pop memiliki peran signifikan dalam membantu penyebaran pesan kesehatan publik melalui media sosial. Hubungan parasosial antara penggemar dan idol, ditambah dengan kuatnya jaringan komunikasi dalam fandom, memungkinkan informasi kesehatan menyebar secara efektif kepada khalayak yang lebih luas. Penelitian ini menunjukkan bahwa komunitas fandom digital dapat berfungsi sebagai agen komunikasi sosial yang mampu mendukung kampanye kesehatan masyarakat dan meningkatkan kesadaran publik terhadap isu-isu penting.

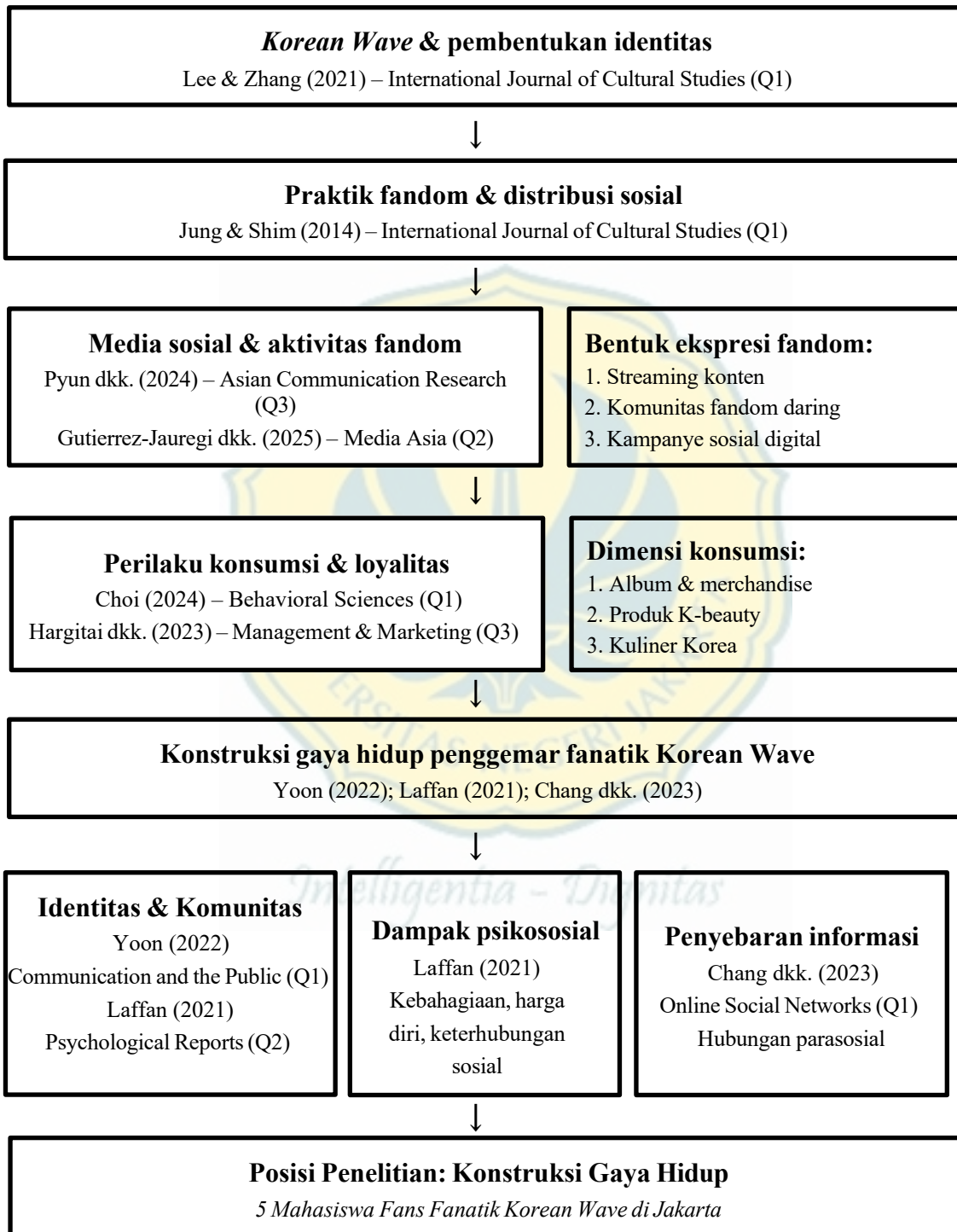
Penelitian ini relevan dengan penelitian mengenai "Konstruksi Sosial Gaya Hidup Penggemar Fanatik Budaya *Korean Wave* (Studi Kasus 5 Mahasiswa Fans Fanatik *Korean Wave* di Jakarta)" karena menunjukkan bahwa keterlibatan penggemar dalam fandom K-Pop tidak terbatas pada konsumsi hiburan, tetapi juga mempengaruhi perilaku sosial, pola komunikasi, dan partisipasi dalam aktivitas kolektif di media

digital. Temuan ini memperlihatkan bahwa fandom K-Pop membentuk identitas dan gaya hidup penggemar melalui interaksi yang intens dengan idol, komunitas fandom, serta media sosial sebagai ruang utama aktivitas mereka.

Berdasarkan hasil tinjauan penelitian sejenis yang sudah peneliti dapatkan dan menelaah dipaparkan di atas, peneliti akan menjelaskan bagaimana nantinya mengenai posisi penelitian ini, yaitu peneliti akan melakukan penelitian untuk menjelaskan mengenai latar belakang terjadinya fanatisme pada mahasiswa penggemar budaya *Korean Wave* di Jakarta. Kemudian, peneliti juga akan menjelaskan bentuk dan ekspresi sikap fanatisme serta dampaknya dalam membentuk konstruksi gaya hidup. Hal ini berbeda dengan studi-studi terdahulu yang lebih banyak berfokus pada satu aspek tertentu seperti dampak psikososial, perilaku konsumsi, atau praktik media sosial secara terpisah, sedangkan penelitian ini akan mengkaji secara menyeluruh bagaimana keseluruhan keterlibatan dalam budaya *Korean Wave* membentuk konstruksi gaya hidup penggemar fanatik dalam konteks 5 mahasiswa di Jakarta.

Berdasarkan uraian di atas, diperlukan pemetaan terhadap penelitian-penelitian terdahulu untuk menunjukkan posisi penelitian ini. Oleh karena itu, skema penelitian sejenis berikut disusun sebagai gambaran mengenai fokus kajian penelitian sebelumnya sekaligus untuk memperlihatkan kebaruan penelitian yang ditawarkan (halaman selanjutnya)

1.1 Skema Penelitian Sejenis



Sumber: Analisis Peneliti, 2026

1.6 Kerangka Konseptual

1.6.1 Sejarah dan Perkembangan *Korean Wave* di Indonesia

Sari (2020) menyatakan bahwa sejarah perkembangan *Korean Wave* di Indonesia tidak dapat dipisahkan dari strategi *soft power* yang diterapkan oleh pemerintah Korea Selatan melalui penyebaran budaya populer. Pada awalnya, gelombang budaya Korea (Hallyu) berkembang di kawasan Asia Timur melalui drama televisi dan musik populer, kemudian meluas ke berbagai negara, termasuk Indonesia, seiring dengan kemajuan globalisasi dan teknologi informasi. Pemerintah Korea Selatan secara konsisten mendukung industri budaya melalui berbagai kebijakan, pendanaan, serta pembentukan lembaga-lembaga yang berperan dalam pengembangan industri kreatif, sehingga produk budaya Korea seperti drama, musik K-Pop, film, fashion, kosmetik, dan kuliner mampu menembus pasar internasional. Strategi tersebut menjadikan *Korean Wave* tidak hanya sebagai produk hiburan, tetapi juga sebagai instrumen diplomasi budaya untuk membangun citra positif Korea Selatan di mata dunia.

Di Indonesia, perkembangan *Korean Wave* mulai terlihat sejak awal tahun 2000-an melalui penayangan drama Korea di berbagai stasiun televisi nasional, yang kemudian diikuti oleh meningkatnya popularitas musik K-Pop, munculnya komunitas penggemar (fandom), serta semakin luasnya konsumsi produk budaya Korea. Kemudahan akses internet dan media sosial mempercepat penyebaran budaya Korea kepada masyarakat Indonesia, khususnya kalangan remaja dan mahasiswa. Fenomena

ini menunjukkan bahwa keberhasilan *Korean Wave* di Indonesia merupakan bagian dari keberhasilan strategi *soft power* Korea Selatan yang mampu menarik perhatian masyarakat melalui daya tarik budaya dibandingkan penggunaan kekuatan politik atau militer. Selain meningkatkan citra negara, penyebaran *Korean Wave* juga mendorong peningkatan konsumsi terhadap berbagai produk Korea, mulai dari kosmetik, fashion, makanan, hingga pariwisata, sehingga memberikan keuntungan ekonomi sekaligus memperluas pengaruh budaya Korea di tingkat global.

Menurut Wahidah (2020) juga menjelaskan bahwa perkembangan *Korean Wave* di Indonesia merupakan bagian dari penyebaran budaya populer Korea Selatan yang semakin pesat seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan media digital. Fenomena ini ditandai dengan meningkatnya konsumsi masyarakat Indonesia terhadap berbagai produk budaya Korea, seperti drama televisi, musik K-Pop, film, fashion, makanan, kosmetik, hingga pariwisata. Indonesia bahkan menjadi salah satu negara di Asia dengan tingkat konsumsi konten budaya Korea yang tinggi, yang menunjukkan bahwa *Korean Wave* telah diterima secara luas oleh masyarakat Indonesia. Perkembangan tersebut semakin dipercepat oleh kehadiran internet, media sosial, dan platform digital yang memudahkan masyarakat mengakses informasi, hiburan, serta berbagai produk budaya Korea secara cepat dan tanpa batas geografis.

Seiring berkembangnya *Korean Wave*, mulai bermunculan berbagai komunitas penggemar di Indonesia yang menjadi wadah bagi individu dengan minat yang sama terhadap budaya Korea. Komunitas tersebut tidak hanya berfungsi sebagai ruang

interaksi sosial, tetapi juga menjadi media penyebaran nilai-nilai budaya Korea melalui berbagai aktivitas, seperti menonton drama bersama, mengikuti cover dance, menghadiri acara bertema Korea, hingga mengonsumsi produk-produk Korea. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perkembangan *Korean Wave* di Indonesia tidak lagi terbatas pada konsumsi hiburan semata, melainkan telah membentuk praktik budaya dan gaya hidup baru di kalangan penggemarnya. Pengaruh visual idol K-Pop serta intensitas paparan media mendorong sebagian penggemar mengadopsi standar kecantikan, fashion, dan pola konsumsi ala Korea sebagai bagian dari identitas mereka.

1.6.2 Budaya fandom *Korean Wave*

Menurut Jeong (2017) menyatakan budaya fandom *Korean Wave* merupakan bentuk partisipasi aktif penggemar dalam mengonsumsi, memaknai, dan mengintegrasikan budaya Korea ke dalam kehidupan sehari-hari. Perkembangan Hallyu di Indonesia telah mengalami transformasi dari sekadar konsumsi drama Korea menjadi praktik budaya yang mencakup musik K-pop, *variety show*, fashion, kosmetik, makanan, hingga wisata Korea. Transformasi tersebut didukung oleh perkembangan media digital yang memungkinkan penggemar memperoleh informasi, membangun jaringan komunitas, serta berinteraksi dengan sesama penggemar secara lintas negara.

Penggemar bukanlah konsumen pasif, melainkan aktor yang secara aktif menafsirkan dan mengonstruksi makna mengenai "Koreanness" melalui pengalaman konsumsi media maupun interaksi langsung dengan budaya Korea. Oleh karena itu, budaya fandom *Korean Wave* dapat dipahami sebagai praktik sosial yang membentuk

identitas, preferensi konsumsi, dan gaya hidup penggemar, sehingga fandom menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari, bukan sekadar aktivitas hiburan.

Korean Wave atau *Hallyu* merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan penyebaran budaya populer Korea Selatan melalui berbagai produk hiburan, seperti drama, musik, fashion (*K-Style*), kuliner, dan teknologi. Fenomena ini berkembang pesat di Indonesia dan menjadi salah satu kajian yang menarik karena tidak hanya mempengaruhi konsumsi media masyarakat, tetapi juga membentuk berbagai praktik sosial dan budaya penggemarnya. Korean Drama (K-Drama) menjadi pintu masuk utama penyebaran *Korean Wave* di Indonesia.

Melalui pendekatan kualitatif dengan metode historis, penelitian tersebut merekonstruksi perkembangan penayangan K-Drama di stasiun televisi Indosiar sejak tahun 2002 hingga 2013 dan menemukan bahwa K-Drama berperan sebagai pemicu berkembangnya budaya populer Korea di Indonesia. Popularitas K-Drama kemudian melahirkan berbagai produk budaya lainnya, seperti K-Pop dan K-Style, serta mendorong terbentuknya budaya fandom yang ditandai dengan munculnya komunitas pecinta K-Drama, situs informasi mengenai Korea, penyelenggaraan konser dan *fanmeeting*, hingga kedatangan aktor, penyanyi, dan idol Korea ke Indonesia. Perkembangan tersebut menunjukkan bahwa penggemar tidak lagi sekadar menjadi penonton pasif, tetapi berpartisipasi aktif dalam berbagai aktivitas fandom yang membangun identitas kolektif mereka.

Selain itu, budaya fandom juga tercermin melalui praktik konsumsi gaya hidup

Korea, seperti penggunaan fashion dan kosmetik Korea, konsumsi kuliner Korea, pembelajaran bahasa Korea, pembelian *merchandise*, serta meningkatnya minat terhadap destinasi wisata yang menjadi lokasi syuting K-Drama. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa *Korean Wave* telah berkembang menjadi soft power Korea Selatan yang memanfaatkan budaya populer sebagai instrumen diplomasi budaya sekaligus memperkenalkan nilai-nilai modern yang dipadukan dengan tradisi dan kekeluargaan kepada masyarakat internasional. Oleh karena itu, budaya fandom *Korean Wave* dapat dipahami sebagai bentuk partisipasi aktif penggemar dalam mengonsumsi, memaknai, dan mereproduksi budaya populer Korea sehingga membentuk identitas sosial sekaligus gaya hidup yang diwujudkan melalui berbagai praktik budaya dalam kehidupan sehari-hari.

1.6.3 Konsep Budaya *Korean Wave*

Gelombang Korea atau disebut juga *Korean Wave* atau juga dalam bahasa Korea lebih dikenal dengan istilah *Hallyu* (한류) adalah fenomena penyebaran budaya populer Korea Selatan dimana penyebaran ini sudah mencapai penyebaran hingga ke berbagai negara-negara di dunia. Istilah *Korean Wave* pertama kali digunakan oleh media Tiongkok untuk menggambarkan popularitas mendadak dari drama televisi dan musik Korea di negara-negara Asia, dan kemudian menyebar ke berbagai belahan dunia lainnya seiring dengan semakin meluasnya jangkauan budaya

populer Korea⁶

Fenomena *Korean Wave* dalam penyebarannya ini secara digital mencakup banyak produk di antaranya ada drama televisi (K-drama), musik (k-pop), film, animasi, kuliner, gaya mode berpakaian, dan yang paling populer ialah kecantikan (*K-beauty*) selain hal-hal ini masih banyak berbagai aspek gaya hidup Korea lainnya yang tersebar. Keberhasilan *Korean Wave* dalam menembus pasar global tidak terlepas dari beberapa faktor utama, di antaranya kualitas produksi yang tinggi, strategi pemasaran yang agresif melalui media digital dan media sosial, serta kemampuan produk budaya Korea untuk memadukan unsur-unsur modernitas global dengan nilai-nilai lokal yang khas.⁷

Dalam konteks akademis, *Korean Wave* ini dilihat bukan sebagai hanya tren tetapi telah menjadi sebuah objek kajian menarik dibidang komunikasi, budaya dan sosiologi. Budaya *Korean Wave* ini dalam konteks akademis dikaji dalam berbagai perspektif teoritis seperti perspektif imperialisme budaya, hibriditas budaya, hingga perspektif konsumsi budaya dan pembentukan identitas. Relevansi konsep *Korean Wave* dalam penelitian ini adalah sebagai landasan untuk memahami konteks budaya yang melatarbelakangi terbentuknya fanatisme di kalangan penggemar Indonesia, khususnya mahasiswa di Jakarta. Budaya populer Korea yang disebarakan melalui

⁶ Youna Kim (ed.), *The Korean Wave: Korean Media Go Global* (London: Routledge, 2013), hlm. 1–3.

⁷ Doobo Shim, "Hybridity and the Rise of Korean Popular Culture in Asia," *Media, Culture & Society*, Vol. 28, No. 1 (2006), hlm. 25–44.

Korean Wave bukan hanya memberikan hiburan, tetapi juga membawa serta nilai-nilai, estetika, norma-norma sosial, dan gaya hidup tertentu yang kemudian diadopsi dan diadaptasi oleh para penggemarnya sesuai dengan konteks budaya lokal mereka masing-masing.

1.6.4 Konstruksi Gaya Hidup Fans Fanatik

Fenomena munculnya penggemar fanatik telah menjadi objek kajian yang semakin relevan dalam studi budaya populer, terutama sejak menguatnya industri hiburan, olahraga, dan budaya digital. Penggemar dalam fenomena ini bukan hanya sekedar menjadi sebuah konsumen suatu budaya melainkan menjadi bagian penggemar ikut turut membangun identitas, relasi sosial, dan bahkan ekonomi personal di sekitar objek yang mereka kagumi dalam menjadi fans dikategorikan fanatik. Konsep "gaya hidup fans fanatik" merujuk pada pola perilaku, konsumsi, dan praktik sosial yang terbentuk secara berkelanjutan sebagai ekspresi kesetiaan emosional terhadap suatu figur, kelompok, atau karya tertentu.

Gaya hidup fans fanatik dipahami dalam bentuk kebiasaan yang dibangun di kehidupan sehari-hari yang kemudian menjadi penanda identitas dan status di dalam maupun di luar komunitas penggemar. Fenomena fanatik ini terbentuk dengan tahap awal penggemar menjadi bagian suatu komunitas dan dengan intensitas berlangsung dari waktu ke waktu melalui jejaring komunitas yang menyediakan validasi, rasa memiliki, dan modal sosial hingga akhirnya diadaptasi menjadi sebuah bagian kehidupan. Komunitas yang penggemar jalani tentunya sejalan dengan bagaimana

keterlibatan kesetiaan emosional penggemar yang dimana dengan mengikuti budaya tersebut para penggemar melambangkan kesetiaan mereka dengan membeli atau mengkonsumsi merchandise, tiket, konten eksklusif, dan pengalaman premium dijadikan instrumen untuk mengonversi afeksi menjadi nilai ekonomi. Konsumsi dalam konteks ini bukan sekadar pemenuhan kebutuhan, melainkan ritual performative yang menegaskan status keanggotaan dan memperlihatkan bahwa mereka bagian penggemar yang setia akan bagaimana komunitas ini berjalan dengan fandom yang mereka ikuti. Penggemar yang masuk semakin dalam keterlibatan pada bagaimana satu tahap pertama hanya mengenali selanjutnya berlanjut ke tahap selanjutnya maka semakin besar pula dorongan untuk melanjutkan ke tahap berikutnya, sehingga gaya hidup fans fanatik cenderung bersifat akumulatif dan sulit dilepaskan begitu saja.

1.6.5 Konsep Teori Konstruksi Sosial Peter Berger dan Thomas Luckmann

Kerangka konseptual yang pertama digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Konstruksi Sosial yang dikemukakan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann dalam karya mereka yang berjudul *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge* yang diterbitkan pada tahun 1966. Teori ini berangkat dari perspektif sosiologi pengetahuan yang menekankan bahwa realitas sosial bukanlah sesuatu yang ada secara alamiah dan objektif, melainkan sebuah konstruksi yang dibangun, dipertahankan, dan ditransformasikan oleh manusia

melalui interaksi sosial dalam kehidupan sehari-hari.⁸ Teori konstruksi sosial oleh Berger dan Luckmann menjelaskan bahwa dalam kehidupan masyarakat merupakan aktivitas manusia yang berlangsung secara terus-menerus. Manusia, melalui proses sosialisasi dan interaksi dengan sesamanya, menciptakan makna-makna yang kemudian menjadi bagian dari realitas yang dianggap nyata dan objektif.

Berger dan Luckmann memperkenalkan tiga momen dialektis yang menjadi inti dari proses konstruksi sosial, yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Pertama, eksternalisasi merupakan proses di mana manusia mengekspresikan dirinya ke dalam dunia sosial melalui aktivitas fisik maupun mental. Manusia secara aktif mencurahkan dirinya ke dalam lingkungan sosial dan membentuk dunia di sekitarnya. Kedua, objektivasi adalah proses di mana produk-produk dari aktivitas manusia tersebut memperoleh status sebagai sesuatu yang objektif dan nyata. Hasil eksternalisasi manusia kemudian "mengkrystal" menjadi kenyataan yang berdiri di luar dirinya dan dihadapi sebagai sebuah fakta sosial yang memiliki kekuatan tersendiri. Ketiga, internalisasi adalah proses di mana dunia sosial yang telah terobjektivasi tersebut diserap kembali ke dalam kesadaran individu melalui proses sosialisasi, sehingga struktur-struktur sosial yang ada di luar diri individu menjadi bagian dari kesadarannya.⁹ Relevansi teori konstruksi sosial dengan penelitian ini

⁸ Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge* (New York: Anchor Books, 1966), hlm. 1.

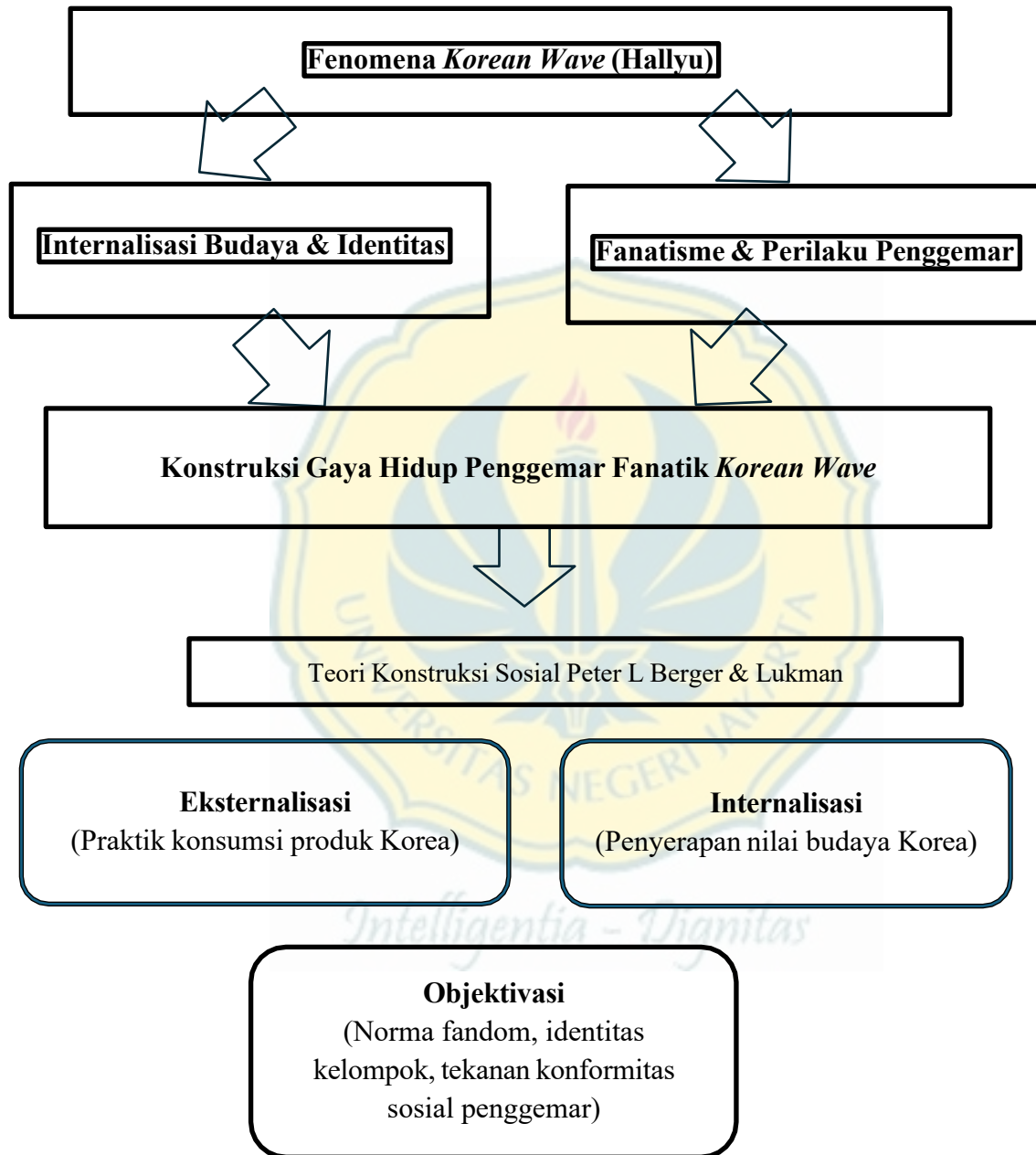
⁹ Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge* (New York: Anchor Books, 1966), hlm. 1.

terletak pada bagaimana nantinya akan menjelaskan bagaimana gaya hidup penggemar fanatik budaya *Korean Wave* terbentuk melalui proses interaksi sosial yang berlangsung dalam komunitas fandom. Para penggemar tidak sekadar mengonsumsi produk budaya Korea secara pasif, tetapi dalam hal ini akan secara aktif mengonstruksi makna-makna baru, nilai-nilai, dan identitas melalui keterlibatan mereka dalam komunitas fandom, baik secara daring maupun luring.

Teori konstruksi sosial ini dipakai akan membantu peneliti untuk memahami dan menganalisis bagaimana komunitas fandom *Korean Wave* berfungsi sebagai agen sosialisasi sekunder yang memperkenalkan dan memperkuat nilai-nilai serta perilaku tertentu kepada para anggotanya. Melalui interaksi intensif dalam komunitas fandom, para penggemar saling berbagi informasi, pengalaman, dan norma-norma yang kemudian membentuk pemahaman bersama tentang apa artinya menjadi seorang penggemar fanatik budaya Korea, serta bagaimana hal tersebut tercermin dalam gaya hidup mereka.

Berdasarkan uraian teoritis diatas, hubungan antarkonsep dalam penelitian ini dirangkum ke dalam bagan teori untuk memperjelas alur berpikir yang mendasari analisis penelitian. Adapun bagan teori disajikan sebagai berikut (dihalaman selanjutnya):

1.2 Skema Teori



Sumber: Analisis Peneliti, 2026

1.7 Metodologi Penelitian

1.7.1 Pendekatan dan Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan memahami secara mendalam makna, pengalaman, dan proses konstruksi gaya hidup pada subjek yang diteliti, alih-alih mengukur hubungan antar variabel secara statistik.¹⁰ Pendekatan kualitatif dipilih karena fenomena fanatisme penggemar bersifat kontekstual, melibatkan makna subjektif, dan berkembang melalui interaksi sosial yang dinamis sehingga lebih tepat dipahami melalui penggalian data yang mendalam daripada generalisasi berbasis angka.¹¹

Studi kasus dipandang sesuai karena penelitian ini berfokus pada satu kelompok atau komunitas penggemar fanatik tertentu sebagai unit analisis, dengan menelaah secara rinci bagaimana gaya hidup mereka terbentuk melalui praktik sosial yang berlangsung dalam kurun waktu tertentu.

¹⁰ John W. Creswell dan J. David Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, edisi ke-5 (Thousand Oaks: Sage Publications, 2018), hlm. 41–44.

¹¹ Norman K. Denzin dan Yvonna S. Lincoln, *The SAGE Handbook of Qualitative Research*, edisi ke-5 (Thousand Oaks: Sage Publications, 2018), hlm. 12–18.

1.7.2 Subjek, Lokasi, dan Waktu

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ditentukan melalui teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian, bukan berdasarkan keterwakilan statistik.¹² Kriteria informan dalam penelitian ini meliputi: (1) telah mengikuti dan terlibat aktif dalam komunitas penggemar selama minimal satu tahun; (2) menunjukkan indikator fanatisme berupa intensitas keterlibatan emosional, frekuensi konsumsi, dan kesediaan mengorbankan sumber daya pribadi demi objek kekaguman; serta (3) bersedia memberikan informasi secara terbuka mengenai praktik dan pengalamannya sebagai penggemar. Subjek dalam penelitian ini bertempat di Jakarta, terdiri dari lima penggemar budaya *Korean wave* sebagai informan kunci dan bagaimana gaya hidup mereka terbentuk melalui praktik sosial sebagai bagian dari komunitas penggemar itu. Adapun penjelasannya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

¹² Sharan B. Merriam dan Elizabeth J. Tisdell, *Qualitative Research: A Guide to Design and Implementation*, edisi ke-4 (San Francisco: Jossey-Bass, 2016), hlm. 117–120.

1.1 Tabel informan

Konstruksi Sosial Gaya Hidup Fans Fanatik Budaya Korean Wave (Studi Kasus 5 Mahasiswa Fans Fanatik Korean Wave di Jakarta)

Inisial	Usia	Jenis Kelamin	Komunitas / Objek Fandom	Lama Bergabung	Peran dalam Komunitas	Status Informan
CH	21 Tahun	Perempuan	Penggemar <i>boy group</i> K-pop (BIGBANG)	7 tahun	Anggota aktif fanbase lokal	Informan utama
GZ	23 Tahun	Laki-laki	Penggemar musik dan budaya <i>Korean Wave</i> (Hallyu) secara umum	4 tahun	Penyelenggara acara gathering dan nonton bareng	Informan utama
D.P.	22 Tahun	Perempuan	Penggemar drama dan <i>variety show</i> (Running Man)	6 tahun	Pengelola akun penjualan merchandise	Informan utama
A.N.	25 Tahun	Perempuan	Penggemar <i>boy group</i> K-pop (BTS)	4 tahun	Anggota fanbase lokal	Informan utama
C.A.	25 Tahun	Perempuan	Penggemar musik dan budaya <i>Korean Wave</i> (Hallyu) secara umum	5 tahun	Anggota fanbase lokal	Informan utama

b. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berfokus pada wilayah Jakarta dengan alasan Jakarta sebagai kota terbesar di Indonesia memiliki akses lebih terhadap teknologi, sehingga memungkinkan penyebaran informasi dengan mudah dan cepat termasuk dalam proses masuk dan menyebarnya berbagai bentuk budaya populer. Penelitian ini juga dilaksanakan pada dua ranah sekaligus, yaitu ranah fisik dan ranah digital. Ranah fisik mencakup lokasi-lokasi di mana komunitas penggemar melakukan pertemuan atau aktivitas bersama, seperti tempat nonton bersama (*gathering*), lokasi konser atau pertandingan, serta titik kumpul komunitas lainnya. Ranah digital mencakup platform media sosial dan *forum daring* tempat komunitas penggemar berinteraksi, berbagi konten, dan membangun jejaring, mengingat sebagian besar praktik fandom kontemporer berlangsung secara daring.

c. Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan secara bertahap, meliputi tahap persiapan dan penyusunan instrumen, tahap pengumpulan data lapangan yang berlangsung selama beberapa bulan untuk memungkinkan observasi berkelanjutan terhadap dinamika komunitas, serta tahap analisis data dan penulisan laporan. Penelitian ini dilakukan sejak bulan februari hingga Agustus 2024 untuk memperoleh data yang valid dan juga dapat mendukung hasil penelitian.

d. Peran Peneliti

Dalam penelitian kualitatif, peneliti berperan sebagai instrumen utama (*human instrument*) yang secara langsung terlibat dalam proses pengumpulan dan interpretasi data, sehingga subjektivitas dan reflektivitas peneliti menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari proses penelitian.¹³ Dengan demikian, peneliti tidak memposisikan diri sebagai pihak yang sepenuhnya netral dan berjarak, melainkan secara sadar mengelola keterlibatannya agar tetap menghasilkan data yang kredibel.

Dalam konteks observasi partisipatif terhadap komunitas penggemar, peneliti mengambil posisi sebagai partisipan-sebagai-pengamat (*participant-as-observer*), yakni terlibat dalam sejumlah aktivitas komunitas tanpa menyembunyikan identitas dan tujuan penelitiannya, agar relasi dengan informan tetap dibangun atas dasar kepercayaan dan keterbukaan.¹⁴ Pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman emik (dari sudut pandang informan) tanpa kehilangan jarak analitis yang diperlukan untuk melakukan interpretasi secara objektif. Peneliti juga menyajikan informasi dalam bentuk dokumentasi, visual, serta catatan lapangan (*field note*) selama berada di lokasi penelitian.

¹³ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, edisi revisi (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2018), hlm. 6–9.

¹⁴ Michael Angrosino, *Doing Ethnographic and Observational Research* (London: Sage Publications, 2007), hlm. 19–22.

1.8 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Creswell (2014) ada empat jenis strategi dalam prosedur pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah observasi, wawancara, dokumentasi, serta materi audio dan visual. Adapun sumber data terbagi menjadi sumber primer dan sekunder. Sumber primer yakni sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, sedangkan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, seperti melalui orang lain atau lewat dokumen. Sumber primer dalam penelitian ini diperoleh melalui observasi dan wawancara, kemudian sumber sekunder diperoleh melalui dokumentasi dan studi kepustakaan.

a. Wawancara

Penelitian ini dilakukan dengan wawancara secara langsung dengan informan, hal ini bertujuan agar dapat diperoleh data secara rinci dan mendalam. Teknik pengumpulan ini menjadi sumber data yang utama dalam memperoleh jawaban atas pertanyaan penelitian. Pertanyaan wawancara bersifat terbuka meliputi aktivitas yang dilakukan oleh penggemar dan praktik gaya hidup oleh penggemar budaya *Korean wave*.

b. Observasi

Peneliti melakukan turun lapangan untuk melihat secara langsung aktivitas penggemar dan produk yang dikoleksi terkait budaya *Korean wave*, serta gaya hidup yang ditunjukkan sebagai penggemar dalam kehidupan sehari-hari maupun perilaku

mereka selama proses wawancara. Selain itu, peneliti juga melakukan pengamatan melalui media sosial meliputi akun terkait budaya *Korean wave* yang diikuti oleh penggemar, aktivitas dalam menggemari *Korean wave*, dan bagaimana subjek menampilkan dirinya di dunia maya. Observasi ini bertujuan untuk memberikan pengalaman langsung peneliti, pendekatan terhadap subjek, sekaligus sebagai data penelitian.

c. Studi Kepustakaan dan Dokumentasi

Studi kepustakaan dan dokumentasi dalam penelitian ini terdapat berbagai bentuk. Peneliti melakukan dokumentasi dengan mengambil gambar terkait produk budaya *Korean wave* yang dikoleksi penggemar, meminta foto diri penggemar tersebut, serta merekam suara dan mengambil gambar secara langsung saat wawancara. Peneliti juga melakukan studi kepustakaan yang berguna untuk mendukung penelitian terkait budaya *Korean wave*. Studi kepustakaan yang dilakukan peneliti diperoleh melalui situs berita, buku, jurnal nasional dan jurnal internasional, serta tesis dan disertasi.

d. Triangulasi Data

Dalam teknik pengumpulan data, terdapat teknik triangulasi yakni gabungan berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada dan mengungkapkan tujuan dari triangulasi bukanlah untuk mencari kebenaran, namun lebih pada peningkatan pemahaman peneliti terhadap apa yang telah ditemukan.

Terdapat dua jenis triangulasi, yaitu triangulasi teknik dimana peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama, serta triangulasi sumber yaitu memperoleh data dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama.

Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber yaitu dengan mewawancarai informan lain yang sesuai untuk memastikan konsistensi pernyataan informan untuk memastikan kredibilitas informasi yang diperoleh, sehingga melalui triangulasi data ini mengungkapkan hasil temuan melalui sudut pandang yang beragam. Triangulasi data dilakukan dengan menambahkan orang-orang yang berada di lingkungan sekitar penggemar yang menjadi subjek penelitian sebagai informan pendukung, kemudian mewawancarai informan pendukung tersebut baik itu orang tua maupun teman terdekat subjek.

1.9 Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari tiga bagian, yaitu pendahuluan, isi dan penutup. Ketiga bagian tersebut akan diuraikan lagi kedalam lima bab pembahasan yaitu BAB I pendahuluan, BAB II dan BAB III temuan hasil penelitian, BAB IV analisa dan BAB V penutup yang akan disusun secara terstruktur dan sistematis sesuai hasil temuan di lapangan dan analisis konsep.

BAB I, Pada bab ini berupa pendahuluan dimulai dengan menguraikan latar belakang masalah, permasalahan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka konseptual, metode penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II, Pada bab ini peneliti akan mendeskripsikan mengenai Konteks sosial perkembangan *Korean wave* dan gaya hidup penggemar terkait sejarah dan

perkembangan, budaya fandom *Korean wave* dan praktik gaya hidup penggemar.

BAB III, Pada bab ini peneliti akan memaparkan hasil temuan secara deskriptif, bab ini akan menjawab terkait pertanyaan penelitian dengan mendeskripsikan secara rinci terkait proses konstruksi gaya hidup penggemar budaya *Korean wave*.

BAB IV, Pada bab ini peneliti akan mendeskripsikan secara rinci hasil temuan penelitian yang didapatkan dari wawancara dengan informan, dengan menggunakan analisis pendekatan sosiologi dan mengaitkan dengan teori konstruksi sosial Peter L. Berger

BAB V, Pada bab akhir ini akan berisi kesimpulan hasil penelitian secara keseluruhan yang telah dilakukan oleh peneliti dan saran.

