

# Konstruksi Konsep Diri Mahasiswi Penggemar Budaya Populer Korea

**Rosi Apriliani, Rizki Setiawan**

Pendidikan Sosiologi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan,  
Universitas Sultan Ageng Tirtayasa  
aprilianirosi2@gmail.com

## Abstrak

Tujuan artikel ini ialah untuk menggambarkan pembentukan konsep diri mahasiswi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sultan Ageng Tirtayasa (FKIP Untirta) yang menggemari budaya populer Korea, dimana dalam penelitian ini ialah drama Korea dan musik K-Pop. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara terstruktur dan mendalam, serta dokumentasi. Subjek penelitian terdiri dari lima belas mahasiswi penggemar budaya populer Korea yang terbagi menjadi tiga karakteristik yaitu penggemar drama Korea, penggemar musik K-pop, serta penggemar drama Korea dan musik K-pop. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswi penggemar budaya populer Korea melakukan tindakan konsumsi berupa makanan, pakaian, riasan dan merchandise K-pop. Mengenai pikiran (Mind), penggemar budaya populer Korea memberikan pemaknaan terhadap drama Korea dan musik K-pop sebagai hiburan dan impian. Sebagai diri (self) yang terbagi menjadi aku (i) dan diriku (me), penggemar budaya populer Korea melakukan tindakan yang spontan seperti melakukan fanwar dan terkontrol dengan cara memikirkan kembali tindakan yang telah dilakukannya. Mengenai masyarakat (society) yaitu lingkungan kampus, penggemar budaya populer Korea berinteraksi dengan sesama penggemar maupun non-penggemar.

**Kata-kata Kunci:** sosiologi diri; budaya populer korea; konsep diri.

## Abstract

*The purpose of this article is to illustrate the formation of the self-concept of the Sultan Ageng Tirtayasa University Teaching and Education Faculty (FKIP Untirta) students who are fond of Korean popular culture, in which in this study Korean drama and K-Pop music. This research uses descriptive qualitative method. Data collection techniques with observation, structured and in-depth interviews, and documentation. The research subjects consisted of fifteen female Korean popular culture fans who were divided into three characteristics namely Korean drama fans, K-pop music fans, and Korean drama fans and K-pop music. The results showed that female Korean fans of popular culture took food, clothing, makeup and K-pop merchandise. Regarding the Mind, fans of Korean popular culture give a meaning to Korean drama and K-pop music as entertainment and dreams. As a self that is divided into me (i) and myself (me), fans of Korean popular culture take spontaneous actions such as doing fanwar and being controlled by rethinking the actions they have done. Regarding society (ie the campus environment), fans of Korean popular culture interact with fellow fans and non-fans.*

**Keywords:** sociology of self; korean popular culture; self concept.

## Pendahuluan

Budaya populer Korea mengalami ledakan di wilayah Asia dan mulai ke seluruh dunia. Pada tahun 2018 melalui musik K-Pop (*Korean Pop*/musik Pop Korea), grup penyanyi pria BTS (방탄소년단 : *Bangtan Sonyeondan*) berhasil memuncaki tangga lagu Billboard. Berdasarkan artikel Xander Zellner (2018) berjudul “*BTS Return to No. 1 on Billboard Artist 100 Chart*”, BTS merupakan grup K-Pop pertama yang mencapai nomor 1 di *Billboard Artist 100* pada Juni 2018.

Pada tahun 2002 bersamaan dengan maraknya *Worldcup Korean-Japan*, drama dan musik Korea mulai masuk ke Indonesia. Sejak itulah penggemar K-Pop dan Drama Korea mulai menjamur dari berbagai kalangan di Indonesia, terutama di kalangan perempuan muda. Kaum perempuan muda memiliki waktu dan tenaga serta jaringan yang berlimpah untuk menikmati budaya populer Korea. Heryanto (2015) mengungkap kegemaran kaum perempuan muda akan budaya populer Korea dapat menyebabkan perilaku fanatisme. Begitupula penelitian Rafsanjani (2014) pada komunitas *boyband* Korea di Yogyakarta yang menemukan perilaku fanatisme meliputi; mengikuti perkembangan kelompok artis idola melalui internet, mengoleksi pernak-pernik, melakukan *dance cover*, bergabung dalam komunitas penggemar, dan mengunduh lagu.

Sementara penggemar yang terjerat candu drama Korea memiliki gejala-gejala seperti; memperbarui informasi mengenai drama Korea, menghabiskan banyak kuota internet untuk mengunduh drama Korea, menyelipkan kata bahasa Korea dalam percakapan sehari-hari, menghabiskan waktu istirahat untuk

menonton drama Korea, cenderung bergaul dengan teman sesama penggemar drama Korea dan mendapat ejekan dari teman yang tidak menyukai drama Korea, media sosial dan gawai dipenuhi hal-hal yang berkaitan dengan drama Korea (Adita dan Rosmawati, 2018:4).

Salah satu indikasi tindakan fanatik penggemar budaya populer Korea di Indonesia dapat dilihat pada pembelian tiket konser. Seperti tiket konser grup penyanyi wanita Blackpink telah terjual kurang lebih sebanyak 8.000 tiket dalam waktu 2 jam. Karena besarnya antusias Blink (penggemar Blackpink) Indonesia, pihak agensi, YG Entertainment menambah jadwal konser grup itu di Jakarta. Konser yang semula dilaksanakan pada 20 Januari, akan ditambah satu hari pada 19 Januari 2019 (CNN Indonesia, 2018).

Tumbuhnya budaya populer Korea tidak lepas dari intervensi pemerintah Korea untuk memajukan perekonomian negara di tengah himpitan utang luar negeri. Pemerintah Korea sangat serius dan sistematis dalam mengembangkan dan mengeksport budayanya. Pemerintah Korea pun menggelontorkan dana yang fantastis untuk mendanai budaya populer Korea.

“Kantor Urusan Konten Budaya memiliki dua anggaran. Pertama digunakan untuk proyek budaya. Kedua, untuk “mesin” budaya Korea. Dana investasi tidak dihibahkan secara cuma-cuma, tetapi untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Saat ini besaran dananya hampir \$1 miliar (sekitar Rp13 triliun). Dana itu diperuntukan hanya untuk industri budaya populer Korea”. (Hong, 2016:105)

Upaya membangun budaya populer juga perusahaan industri hiburan Korea. Sebuah perusahaan musik mempersiapkan bintang K-Pop (musik pop Korea) dapat sampai tujuh hingga sebelas tahun. Para calon bintang K-Pop dilatih sejak kecil bukan hanya mempelajari tarian dan nyanyian saja, tetapi juga etika dan mental menjadi seorang bintang. Setelah debut, para bintang K-Pop benar-benar harus menghindari skandal seksual, narkoba dan obat terlarang maupun kekerasan. Bahkan tak jarang agensi musik Korea mengikat para artisnya agar tidak terlibat hubungan percintaan dengan siapapun selama menjalin kerjasama kontrak baik saat menjalani masa pelatihan maupun setelah debut.

Menurut Hong (2014:138), musik K-Pop dapat diterima di belahan bumi Asia termasuk Indonesia karena memiliki formula yaitu mampu beradaptasi dalam kebudayaan yang berbeda. Banyak *band* K-Pop yang merilis lagu dalam bahasa Jepang maupun Tiongkok, seperti Exo yang merilis lagu *Monster* kedalam versi bahasa Tiongkok dan merilis album Jepang pertamanya bertajuk *Countdown* pada 31 Januari 2018. Jika diperhatikan judul lagu setiap *band* K-Pop menggunakan bahasa Inggris namun dalam liriknya sangat sedikit menggunakan bahasa Inggris. Hal tersebut dimaksudkan agar judul lagu tersebut mudah diingat oleh penggemar internasional. Beberapa lagu grup penyanyi pria Wanna One memiliki judul dalam bahasa Inggris maupun bahasa Korea. Dalam bahasa Korea, lagu yang berjudul *I'll Remember* memiliki judul 너의 이름을 (*neoui ireumeul*) yang berarti “namamu” atau “your name” dalam bahasa Inggris. Namun penggemar lebih mengingatnya dengan judul *I'll Remember*.

Pada 4-5 Desember 2006, Presiden Korea Selatan dan Presiden Republik Indonesia membuka hubungan kerjasama dan persahabatan dengan penandatanganan *the Joint Declaration on Strategic Partnership to Promote Friendship and Cooperation in the 21st Century* di Jakarta. Deklarasi tersebut mencakup 3 pilar kerjasama, yaitu: kerjasama politik dan keamanan; kerjasama ekonomi, perdagangan dan investasi; serta kerjasama sosial budaya. Dalam bidang sosial budaya, yang tidak terlepas dari *hallyu*, kedua negara saling mempromosikan kebudayaannya. Untuk mempromosikan kebudayaan kedua negara, tidak terlepas dari peran para atris terkenal dan bintang *hallyu* seperti Lee Beum Soo dan istrinya Lee Yoon Jin juga Tae Jin A dan anaknya Eru (KBRI Seoul, 2015).

Drama Korea pertama yang ditayangkan di Indonesia ialah *Mother's Sea*, di Trans TV pada 26 Maret 2002, lalu menyusul Indosiar dengan menayangkan *Endless Love: Autumn in My Heart* pada 1 Juli 2002 (Liany dan Purnama, 2013:274). Sejak saat itu Indosiar secara konsisten menayangkan drama televisi Korea. Karena antusiasme masyarakat Indonesia yang begitu tinggi terhadap tayangan drama Korea, maka banyak stasiun televisi swasta yang juga menayangkan drama televisi Korea. Pada tahun 2013 Trans TV kembali menayangkan drama Korea *That Winter The Wind Blows* setelah lama tidak menayangkan drama Korea. Selama tahun 2015 RCTI siap menayangkan 20 drama Korea berkat kesuksesan Drama Korea *The Heirs* (Sindonews, 2015) yang ditayangkan sejak 26 November 2014.

Berkembangnya musik K-pop di Indonesia memiliki keamatan pertalian dengan dari merebaknya drama televisi

Korea yang sudah lebih dulu mendapatkan tempat di hati masyarakat Indonesia. Tidak sedikit aktris atau aktor dalam drama televisi Korea yang turut berprofesi sebagai penyanyi. Terlebih lagi drama Korea selalu diiringi dengan *original soundtrack*, yang bahkan dinyanyikan oleh aktor atau aktris yang membintangi drama tersebut. Misalnya aktor terkenal Rain yang membintangi drama *Full House* (2004) sekaligus juga menjadi seorang penyanyi R&B. Menurut Hong (2014:136) Rain adalah bintang K-Pop pertama yang terkenal secara Internasional. Pada tahun 2007, ia masuk ke dalam daftar “orang-orang paling cantik/ganteng” majalah *People*.

Stasiun televisi swasta turut berperan dalam perkembangan K-Pop di Indonesia. Seperti Indosiar yang membeli hak cipta acara Music Bank dari stasiun TV KBS dan acara penghargaan Mnet Asian Music Award (MAMA) (Astuti, 2012:30) dari stasiun TV Mnet. Bahkan hingga sekarang, Indosiar masih konsisten menayangkan acara MAMA setiap tahunnya meskipun para penggemar K-Pop bisa menontonnya secara *streaming* di berbagai media sosial seperti Youtube dan V-Live. Karena generasi saat ini terutama mahasiswa tengah hidup di era perkembangan teknologi yang pesat (Setiawan, 2018: 2).

Korea kini menjadi standar selera bagi orang Asia termasuk Indonesia. Mungkin dulu orang Indonesia bercita-cita ingin seperti orang Jepang atau Amerika, tapi kini orang Indonesia telah berbalik arah ke Korea. Korea dianggap pembawa produk-produk keren ke pasar Indonesia. Drama dan film Korea digandrungi karena menyajikan pria-pria idaman di dalam ceritanya. K-Pop pun digilai karena kemasan para *idol* yang multi talenta.

“Apa yang tidak keren dari Korea? Korea adalah tempatnya produk elektronik canggih. Perempuan-perempuan cantik berkaki jenjang, pria-pria yang memiliki sisi emosional kuat sekaligus otot dan wajah tampan”. (Hong, 2016: 215)

Ledakan budaya populer Korea ini pun turut diikuti mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sultan Ageng Tirtayasa yang didominasi perempuan. Mahasiswa yang telah kecanduan oleh budaya populer Korea akan melakukan apa saja untuk bisa menjangkau artis idolnya dengan berbagai cara. Mulai dari mengunduh drama-drama dan musik video yang mengorbankan kuota internet, menghadiri *fanmeeting*, konser hingga membeli *merchandise* resmi yang dikeluarkan oleh industri hiburan Korea. Banyak mahasiswa yang menyukai drama Korea, musik pop Korea dan filmnya dikarenakan aktor dan aktrisnya memiliki visual yang tampan dan cantik, penampilan panggung yang memukau, serta jalan cerita yang ditampilkan sangat mengagumkan. Orang-orang menyukai drama Korea dan musik pop Korea karena menampilkan sesuatu yang belum pernah dilihat sebelumnya.

Untuk itulah penelitian ini akan melihat pembentukan konsep diri pada kaum perempuan muda yaitu mahasiswi FKIP Untirta penggemar budaya populer Korea yang datang ke Indonesia. Mead dalam teorinya tentang interaksionisme simbolik menjelaskan konsep diri melalui konsep *mind*, *self*, dan *society* didahului dengan empat tahapan tindakan yang menjadi dasar dalam mengambil tindakan selanjutnya.

## **Konstruksi Diri Mahasiswi dalam Kerangka Interaksionisme Simbolik**

Pertama-tama Mead menjelaskan tindakan dengan berfokus pada stimulus dan respons. Mead menggunakan pendekatan behavioris dalam menganalisisnya. Namun stimulus tidak muncul secara otomatis, ia melibatkan proses berpikir (Ritzer, 2011:603). Seperti yang dikatakan Mead bahwa stimulus menimbulkan peluang untuk aktor bertindak, bukan memaksa aktor merespon stimulus tersebut.

Prioritas kehidupan sosial yang mengacu pada interaksionisme simbolik Mead adalah perbuatan (*the act*). Terdapat empat tahapan dasar yang memiliki keterkaitan dalam tindakan Mead. Pertama ialah impuls, adanya stimulus secara indrawi yang langsung sehingga menimbulkan reaksi aktor terhadap stimulus tersebut (Arisandi, 2015:106). Manusia akan memikirkan respon yang sesuai terhadap stimulus yang datang. Dengan memikirkan respon tersebut, manusia tidak hanya mempertimbangkan situasi terkini tetapi mempertimbangkan pengalaman masa lalu dan mengantisipasi akibat dari perbuatan di masa yang akan datang. Dalam teori Mead, impuls melibatkan aktor dan lingkungannya (Ritzer, 2011:605).

Kedua, persepsi. Pada tahap ini, aktor bereaksi terhadap stimulus yang terjadi pada tahap impuls (Arisandi, 2015:106). Persepsi menciptakan citra-citra mental yang muncul dari stimulus yang datang. Manusia tidak hanya merespon secara otomatis terhadap stimulus yang datang, tetapi terlebih dahulu memikirkan, menaksirnya melalui penggambaran mental (Ritzer, 2011:606).

Ketiga, manipulasi. Ketika impuls datang dan objek telah melalui proses persepsi, tahap selanjutnya adalah

mengambil tindakan terhadap objek tersebut yang disebut manipulasi (Arisandi, 2015:106). Menurut Mead, dalam fase manipulasi terdapat suatu jeda temporer yang penting sehingga suatu respons tidak diwujudkan secara seketika (Ritzer, 2011: 608). Jeda temporer tersebut dapat mempertimbangkan objek sehingga memungkinkan manusia untuk merenungkan berbagai respon.

Fase terakhir adalah konsumsi berupa tindakan. Berdasarkan pertimbangan sadar, aktor memutuskan tindakan. Fase ini merupakan tahap akhir, yaitu mengambil tindakan untuk mewujudkan impuls awal (Arisandi, 2015:106). Mead menggambarkan bahwa tindakan itu merupakan kesatuan organik yang terdiri dari empat komponen utama yang tidak dapat berdiri sendiri satu sama lain. Setiap bagian saling terkait dan menghasilkan keterpaduan. Mead menekankan keutuhan dan kesatuan. Setiap tahapan tindakan merupakan suatu proses yang saling berhubungan (Baldwin, 1986:55).

Kedua, Mead menggunakan konsep Pikiran (*Mind*). Menurutnya, pikiran membedakan manusia dengan hewan yang lebih rendah. Pikiran adalah tindakan yang menggunakan simbol-simbol dan mengarahkan simbol-simbol tersebut menuju *self*. Selain berada di luar individu, yang bersifat sosial, pikiran juga dimasukkan oleh individu ke dalam dirinya. (Susilo, 2008:67). Pikiran menunjukkan sejauh mana manusia menyadari objek yang ada di sekitar mereka dan apa makna objek tersebut, siapa, dan apa diri mereka sendiri, (Handaningtyas dan Agustina, 2017:204). Pikiran bisa memanipulasi makna bahkan memperkaya makna mengenai simbol yang ada di dalam lingkungan sosialnya.

Bagi Mead, jika dilihat secara pragmatik, pikiran adalah suatu proses berpikir yang menuju ke arah pemecahan masalah. (Ritzer, 2012:614). Pikiran memungkinkan manusia untuk memecahkan masalah yang terjadi dalam dunia. Di dalam konsep pikiran (*Mind*) terdapat gestur vokal, imitasi, dan simbol yang bermakna. Istilah gestur bisa diidentifikasi dengan permulaan tindakan-tindakan sosial yang merupakan stimulus bagi respons sosok lain (Mead, 2018:108). Gestur vokal adalah sebuah stimulus bagi beberapa jenis respons. Penggemar drama Korea yang sedang menonton drama Korea mengekspresikan emosi melalui sikapnya sendiri, nada-nada suaranya, melalui gestur-gesturnya, seperti seorang penggemar musik K-pop yang mengekspresikan emosinya sendiri. Secara umum telah diasumsikan bahwa sosok-sosok tertentu saling mengimitasi satu sama lain (Mead, 2018:119). Begitu pula penggemar drama Korea mengimitasi tayangan drama Korea, penggemar musik K-pop mengimitasi yang terdapat dalam musik K-pop maupun MV K-pop, dan penggemar drama Korea dan musik K-pop mengimitasi keduanya. Makna muncul dan berada di dalam ranah hubungan antara gestur organisme manusia yang ada dengan tingkah laku selanjutnya dari organisme ini seperti yang ditunjukkan kepada organisme manusia lain dengan gestur (Mead, 2018:158).

Pikiran manusia berbeda dengan hewan. Manusia memiliki sebuah kecerdasan yang pada dasarnya merupakan seleksi. Ada reaksi yang tertunda yang diperlukan dalam perilaku yang melibatkan kecerdasan (Mead, 2018:193-194).

Ketiga, Mead menggunakan konsep Diri (*Self*). Diri (*self*) dapat berposisi

sebagai subjek (*I*) dan objek (*Me*). Diri dapat diibaratkan sebagai proses sosial, yaitu komunikasi diantara manusia. Bagi Mead, tidak mungkin diri (*self*) muncul tanpa adanya pengalaman-pengalaman sosial (Ritzer, 2011: 614-615). Aku (*I*) senantiasa hadir dalam dalam pengalaman lewat ingatan. Kita bisa langsung kembali ke beberapa saat di dalam pengalaman kita, kemudian kita bergantung pada gambaran-gambaran ingatan untuk hal-hal berikutnya (Mead, 2018:310).

Susilo (2008: 68-69) merangkum karakteristik aku (*I*) sebagai berikut; bentuk spontanitas dari Diri (*Self*), norma dan makna dapat ditafsirkan secara bervariatif sesuai dengan apa yang telah diinternalisasikan, elemen yang kreatif dan dinamis dalam perilaku manusia, reaktif atas sebuah situasi, dan perilaku tidak selalu sesuai dengan harapan sosial.

Mead menaruh tekanan yang besar pada Aku (*I*) karena empat alasan. Pertama, ia adalah suatu sumber kunci bagi kebaruan di dalam proses sosial. Kedua, Mead percaya bahwa nilai-nilai kita yang terpenting bertempat di dalam Aku (*I*). Ketiga, Aku (*I*) membentuk suatu yang dicari oleh kita semua-perwujudan diri. *I* lah yang memungkinkan kita mengembangkan suatu “personalitas yang jelas” (Ritzer, 2011: 621).

Diriku (*Me*) adalah individu konvensional, berdasarkan kebiasaan. Diriku (*Me*) selalu hadir. seorang individu harus memiliki kebiasaan-kebiasaan ini, respons-respons yang dimiliki semua orang; tanpanya seorang individu tidak bisa menjadi anggota masyarakat (Mead, 2018:345). Susilo (2008: 69-70) merangkum karakteristik Diriku (*Me*) sebagai berikut: standar dalam masyarakat yang terdiri atas nilai, norma, defeni, dan makna yang merupakan hasil internalisasi dari kelompok sosial. Diriku (*Me*) adalah

pengadopsian orang lain yang digeneralisasi. Melalui Diriku (*Me*) lah masyarakat mendominasi individu (Ritzer, 2011:622).

Keempat Mead menggunakan konsep Masyarakat (*Society*). Masyarakat (*Society*) merupakan suatu proses kehidupan dalam sebuah kelompok manusia yang didalamnya terdapat perilaku-perilaku anggota kelompok, dan mengharuskan manusia mengerti apa yang dilakukan orang lain dalam kelompok tersebut serta harus mengetahui apa yang akan dilakukan selanjutnya dalam kelompok tersebut (Handaningtyas dan Agustina, 2017:205). Terdapat seluruh rangkaian respon yang umum di dalam masyarakat tempat kita hidup, respons-respons itu adalah sesuatu yang kita sebut “institusi”. Institusi merepresentasikan sebuah respon yang umum pada setiap anggota masyarakat terhadap sebuah institusi tertentu. Dalam masyarakat terdapat institusi yang konservatif seperti gereja yang menindas menghambat kreativitas individu. Instusi seharusnya memberikan kebebasan individu untuk berkreativitas (Ritzer, 2012:624).

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Tujuan penelitian ini untuk menggambarkan subjek yang diteliti yaitu mahasiswi FKIP Untirta yang menggemari budaya populer Korea sesuai dengan apa adanya, dengan tujuan menggambarkan secara sistematis fakta dan peristiwa yang diteliti secara tepat. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara terstruktur dan mendalam, serta dokumentasi. Data dikumpulkan dengan tujuan agar menjawab masalah penelitian. Ketiga teknik tersebut dipilih agar diperoleh data

yang mendalam dan akurat mengenai pembentukan konsep diri penggemar budaya populer Korea yang terjadi pada mahasiswi di kampus FKIP Untirta.

Pengujian keabsahan data dilakukan dengan cara melakukan uji kredibilitas, pengujian *transferability*, pengujian *dependability*, dan pengujian *confirmability* (Sugiyono, 2018: 270-277). Sementara analisis data dilakukan oleh peneliti sejak sebelum memasuki lapangan yaitu pada saat menentukan fokus penelitian dan melakukan studi literatur. Saat berada di lapangan, peneliti menganalisis data secara langsung terhadap jawaban informan yang diwawancarai. Apabila peneliti belum merasa puas terhadap jawaban informan maka proses wawancara terus berlangsung hingga tahap tertentu untuk memperoleh data yang kredibel. Instrumen dalam penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri. Peneliti sebagai *human instrument*, berperan sejak menetapkan masalah penelitian, menentukan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, analisis data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas temuannya (Satori & Komariah, 2013: 68).

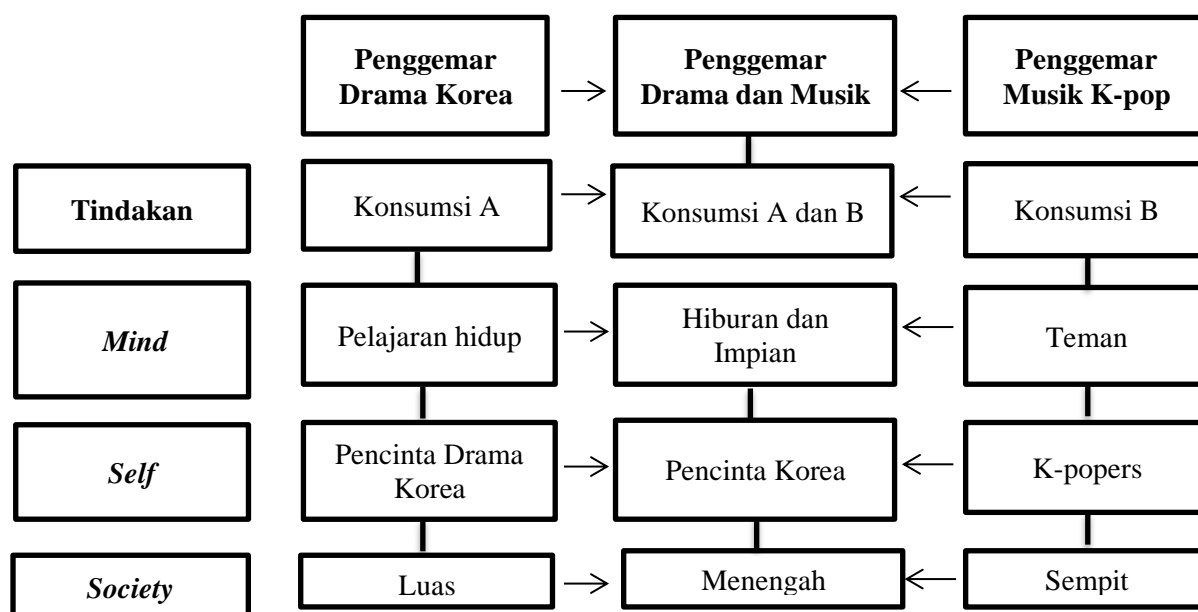
Peneliti memilih informan berdasarkan kriteria informan yang telah ditentukan sebelumnya, yaitu informan yang menggemari drama Korea, informan yang menggemari musik K-pop dan informan yang menggemari keduanya. Informan yang dipilih harus yang memiliki pengetahuan yang mendalam dan informasi yang luas tentang budaya populer Korea. Data primer diperoleh secara langsung dari informan melalui proses wawancara, yaitu: informasi dari mahasiswi FKIP Untirta penggemar musik K-Pop; informasi dari mahasiswi

FKIP Untirta penggemar drama televisi Korea; dan informasi dari mahasiswi FKIP Untirta penggemar musin K-Pop dan drama televisi Korea. sedangkan data sekunder yang didapat berupa terbitan buku, artikel daring, media sosial informan (Instagram dan Whatsapp), dan foto-foto koleksi barang informan selama menjadi penggemar drama Korea, musik K-pop, maupun keduanya.

### Hasil dan Pembahasan

Pada bagian ini akan membahas hasil analisis data secara keseluruhan mengenai pembentukan konsep diri mahasiswi penggemar budaya populer Korea di FKIP Untirta. Pembahasan akan dijelaskan berdasarkan karakteristik informan yaitu penggemar drama Korea, penggemar musik K-pop, serta penggemar drama Korea dan musik K-pop.

**Bagan 1.** Pembentukan Konsep Diri Mahasiswa Penggemar Budaya Populer Korea di FKIP Untirta



Sumber: Diolah dari Hasil Penelitian, 2019.

### Konstruksi Diri Mahasiswi Penggemar Drama Korea

Penggemar drama Korea melakukan tindakan konsumsi berdasarkan tahapan tindakan Mead yaitu impuls, persepsi, manipulasi, dan konsumasi. Pada tahap impuls, penggemar drama korea melibatkan stimulus indrawi yaitu berupa tayangan drama Korea yang diperoleh melalui cara mengunduh, hasil berbagi, maupun menonton pada sebuah aplikasi video. Penggemar drama Korea sudah sejak lama menyukai drama Korea, mulai dari sekolah tingkat dasar hingga sekarang dengan alasan bahwa drama Korea tidak

pernah membosankan. Tahap tindakan yang kedua yaitu persepsi. Penggemar drama Korea mencari dan bereaksi terhadap stimulus tayangan drama Korea. Pada tahap ini penggemar drama Korea mulai memikirkan apa yang terdapat dalam drama Korea seperti makanan, pakaian, dan riasan. Kemudian mulai memikirkan tindakan yang akan dilakukan tentang hal tersebut. Tahap ketiga manipulasi, penggemar drama korea melakukan cara-cara untuk mewujudkan hasil pemikirannya. Cara yang dilakukan untuk memenuhi hasratnya terhadap makanan, pakaian, dan riasan adalah dengan cara membeli di



toko terdekat maupun di toko *online*. Pada tahap terakhir yaitu konsumsi, penggemar drama Korea berhasil mengkonsumsi makanan seperti *Tteokbokki*, *Kimchi*, *Jajangmyeon*, *Ramyeon*, *Kimbap*, dan *Odeng*. Kemudian berhasil membeli pakaian yang bergaya Korea dengan gradasi warna diinginkan sesuai yang dilihatnya pada drama Korea dan cocok dengan gaya berkerudung. Selain itu, penggemar drama Korea juga berhasil membeli riasan wajah seperti lipstik, masker Innisfree, Etude House, Nature Republik, dan mengikuti gaya lipstik gradasi.

Pada proses berpikir (*Mind*), penggemar drama Korea melihat bahwa adegan dalam drama Korea merupakan sebuah gestur vokal yang menimbulkan respons. Saat melihat adegan sedih respons yang dikeluarkan adalah rasa sedih, saat melihat adegan seram respons yang dikeluarkan adalah rasa takut, begitu pula saat melihat adegan lucu maka respons yang dikeluarkan adalah tertawa. Penggemar drama Korea juga melakukan imitasi terhadap cara makan, cara berias, cara berpakaian, dan cara berbicara yang ditampilkan dalam drama Korea. Setelah itu, penggemar drama Korea memberikan pemaknaan terhadap drama Korea sebagai simbol dari budaya populer. Penggemar drama Korea memaknai drama Korea sebagai pelajaran hidup yang dapat diambil dalam kehidupan sehari-hari. Baginya menonton drama Korea bukan hanya sekedar mengisi waktu luang, tetapi untuk mengambil pesan moral yang tersembunyi dalam sebuah cerita.

Penggemar drama Korea dapat menjadi seorang aku (*I*) dan diriku (*Me*). Ketika menjadi aku (*I*), penggemar drama Korea menjadi diri yang spontan dalam menonton tayangan drama Korea. Menonton bisa dilakukan setiap hari dan

sepanjang hari tanpa melakukan aktivitas lainnya. Ketika menjadi diriku (*Me*), penggemar drama Korea lebih terkontrol, baik ketika mengunggah hal yang berkaitan dengan drama maupun ketika mencoba meniru hal yang terdapat dalam drama. Penggemar drama Korea juga mengidentifikasi dirinya sebagai seorang penggemar drama Korea yang berbeda dengan penggemar musik K-pop maupun penggemar lainnya.

Penggemar drama Korea merupakan bagian dari masyarakat (*Society*) FKIP Untirta secara luas. Di masyarakat tersebut, penggemar drama Korea berinteraksi dengan anggota masyarakat lainnya baik sesama penggemar maupun dengan non-penggemar. Penggemar drama Korea melakukan aktivitas di dalam dan di luar lingkungan kampus FKIP Untirta. Tempat-tempat seperti ruang kelas, kursi di bawah pohon rindang, sampai di jalan-jalan lingkungan kampus yang biasa di lalui, penggemar drama Korea membicarakan perihal kegemarannya yaitu drama Korea. Selain itu, kamar kost juga menjadi tempat yang lebih bebas untuk mendiskusikan drama Korea.

### **Konstruksi Diri Mahasiswi Penggemar Musik K-pop**

Penggemar musik K-pop juga melakukan tindakan konsumsi dengan melalui empat tahapan yang sama seperti penggemar drama Korea. Pada tahap impuls, penggemar musik K-pop mendengarkan musik yang diperoleh dengan cara mengunduh maupun melalui aplikasi musik dan menonton MV melalui YouTube. Penggemar musik K-pop pertama kali mendengar musik K-pop melalui drama Korea yaitu dari *original soundtrack* yang dinyanyikan oleh *idol* atau penyanyi K-pop. Setelah itu

penggemar musik K-pop mulai tertarik dan mencari tahu informasi yang banyak mengenai musik K-pop dan menyukainya hingga sekarang. Pada tahap persepsi, penggemar musik K-pop memikirkan dan membayangkan bertemu dengan idolanya dengan cara menonton konser dan mendukung karier mereka dengan cara membeli album, *merchandise* dan K-pop *stuff* lainnya. Pada tahap manipulasi penggemar musik K-pop membeli barang-barang yang berkaitan dengan musik K-pop dengan cara membeli secara *online* maupun membeli di toko pernak-pernik K-pop. Terakhir tahap konsumsi, penggemar musik K-pop berhasil membeli barang seperti album, poster, tabloid, kipas, baju, jaket, gelang, stiker, tas, pin, gantungan kunci, dan *photo card*. Setelah membeli barang-barang tersebut penggemar musik K-pop merasa puas karena hal itu merupakan sebuah kebahagiaan mereka sebagai seorang penggemar.

Penggemar musik K-pop melakukan proses berpikir (*Mind*) dalam melakukan kegemarannya. Sebuah lagu dan MV K-pop bagi penggemar musik K-pop merupakan sebuah gestur vokal yang membangkitkan respons sesuai yang disampaikan dalam lagu dan MV tersebut. penggemar musik K-pop juga melakukan imitasi terhadap lagu dan gerakan tarian yang ditampilkan oleh grup penyanyi pria maupun wanita yang mereka gemari. Kemudian penggemar musik K-pop juga memberikan pemaknaan terhadap musik K-pop yaitu sebagai teman dalam perjalanan hidup mereka. Musik K-pop menjadi kawan dalam mengalami berbagai kesulitan, masalah, dan kebahagiaan dalam kehidupan sehari-hari.

Pada konsep diri (*Self*), penggemar musik K-pop terbagi menjadi aku (*I*) dan diriku (*Me*). Ketika menjadi aku (*I*),

penggemar musik K-pop senantiasa merespons secara spontan terhadap orang lain yang menilai dirinya sebagai penggemar musik K-pop maupun pada orang lain yang menghina *idol* kegemarannya. Respons yang dilakukan adalah berupa penghinaan kembali atau pembantahan, bahkan sampai melakukan perang pendapat (*fanwar*) di media sosial. Setelah melakukan *fanwar*, mahasiswi FKIP Untirta memikirkan kembali tindakannya tersebut. Tidak seharusnya mereka membela *idol* mereka dengan cara menghina kembali *idol* yang lain. Pada saat tersebut lah penggemar musik K-pop menjadi diriku (*Me*).

Penggemar musik K-pop merupakan bagian dari masyarakat FKIP Untirta yang sama-sama berinteraksi di dalamnya. Sama seperti penggemar drama Korea, penggemar musik K-pop dapat berinteraksi di berbagai tempat baik di dalam kampus maupun di luar kampus. Lingkup interaksi lebih sempit dibandingkan penggemar drama Korea karena tidak banyak mahasiswi FKIP Untirta yang hanya menggemari musik K-pop.

### **Konstruksi Diri Mahasiswi Penggemar Drama Korea dan Musik K-pop**

Penggemar drama Korea dan musik K-pop melakukan tindakan yang sama seperti yang dilakukan oleh penggemar drama Korea dan penggemar musik K-pop. Penggemar drama Korea dan musik K-pop melakukan tindakan konsumsi secara beriringan. Tahap impuls dimulai ketika penggemar drama Korea dan musik K-pop menonton drama Korea dan mendengarkan musik K-pop melalui drama yang ditontonnya. Alasan penggemar drama Korea dan musik K-pop menyukai drama Korea dan musik K-pop secara bersamaan karena kedua hal

tersebut tidak bisa dipisahkan. Pada tahap persepsi mulai memikirkan makanan, riasan, pakaian yang terdapat dalam drama Korea dan *merchandise* serta menonton konser musik K-pop. Pada tahap manipulasi, penggemar drama Korea dan musik K-pop mulai melakukan cara untuk memperoleh hal yang dipikirkannya. Makanan, pakaian, riasan dan *merchandise* diperoleh dengan cara membeli di toko terdekat dan toko *online*, sedangkan tiket konser diperoleh dengan cara membeli di situs web *online*. Kemudian pada tahap terakhir yaitu konsumsi berhasil melakukan tindakan. Makanan yang dikonsumsi seperti Ramyeon, Tteokboki, Kimbap, Patbingsu, Bibimbap, Jajangmyeon, Kimchi, dan Bulgogi. Pakaian yang dibeli berupa pakaian berwarna pastel dan kemeja ala Korea. Riasan yang digunakan seperti lipstik, Nature Republik, dan gaya lipstik gradasi (*ombre*). *Merchandise* yang berhasil diperoleh seperti album, kipas, stiker, parfum, kaos kaki, pelindung gawai, *lightstick*, poster, *tote bag*, kaos, *photo card*, jaket, jam tangan, dan CD/DVD. Sedangkan konser yang berhasil ditonton diantaranya konser grup penyanyi pria Wanna One, grup penyanyi wanita BlackPink, dan grup *sub-unit* penyanyi pria Suju-M.

Penggemar drama Korea dan musik K-pop melakukan proses berpikir (*Mind*). Adegan dalam drama Korea, lagu dan MV K-pop merupakan gestur vokal bagi mereka untuk melakukan respons berupa rasa bahagia, sedih, tertawa, takjub bahkan kecewa. Penggemar drama Korea dan musik K-pop juga melakukan imitasi terhadap cara makan, cara berpakaian, cara berias, dan gaya berbicara yang dilihatnya dalam drama serta mengimitasi cara nyanyian dan tarian yang dilihatnya dalam lagu dan MV K-pop. Kemudian

mereka memberikan pemaknaan terhadap drama Korea dan musik K-pop sebagai hiburan dan impian bagi mereka.

Sebagai diri (*Self*), penggemar drama Korea dan musik K-pop terbagi menjadi aku (*I*) dan diriku (*Me*). Sebagai aku (*I*), penggemar drama Korea dan musik K-pop merespon penilaian orang lain terhadap dirinya sebagai orang yang menggemari drama Korea dengan cara masa bodoh. Sementara sebagai diriku (*Me*), penggemar drama Korea dan musik K-pop memikirkan kembali sebelum melakukan imitasi terhadap hal-hal yang berkaitan drama Korea dan musik K-pop.

Tindakan penggemar drama Korea yang menonton drama Korea secara terus menerus tanpa mengenal waktu merupakan cerminan dari aku (*I*). Hampir setiap hari penggemar drama Korea menghabiskan waktunya untuk mengunduh dan menonton drama Korea. Menonton drama Korea bisa sampai menunda pekerjaan rumah, tugas kuliah, bahkan menunda makan dan tidur. Penggemar musik K-pop berperan sebagai aku (*I*) ketika merespons pernyataan orang lain ketika orang lain menghina atau mendiskreditkan artis kegemarannya. Mereka akan mengambil tanggapan berupa pembelaan. Tanggapan tersebut secara spontan dilakukan baik secara langsung maupun di media sosial. Penggemar drama Korea dan musik K-pop menjadi Aku (*I*) ketika menanggapi penilaian orang lain tentang dirinya yang menyukai budaya populer Korea. Tanggapan yang diberikan kepada orang lain tersebut berupa sikap masa bodoh. Penggemar drama Korea dan musik K-pop tidak mepedulikan penilaian orang lain terhadap dirinya dan terus melakukan tindakan-tindakan sebagai penggemar drama Korea dan musik K-pop. Selama mereka suka dengan drama Korea dan

musik K-pop, ia akan bersikap masa bodoh dan tidak terlalu memperdulikan apa yang orang lain katakan.

Sementara sebagai Diri (*Self*) yang terkontrol (*Me*), penggemar budaya populer Korea terkontrol atas dua faktor, yaitu eksternal dan internal. Faktor kontrol eksternal diantaranya adalah kontrol religi, kontrol institusi, dan kontrol sosial. Pada kontrol religi, penggemar budaya populer Korea yang beragama Islam terkontrol atas kaidah-kaidah yang telah tertuang dalam agamanya. Ajaran agama Islam yang mengharuskan wanita menutup seluruh bagian tubuhnya selain wajah dan telapak tangan menjadi kontrol religi bagi penggemar budaya populer Korea. Tentu saja penggemar budaya populer Korea tidak bisa menirukan seutuhnya bagaimana cara berpakaian dalam drama atau cara berpakaian artis kegemarannya.

Kedua kontrol institusi. Telah dijelaskan sebelumnya bahwa kampus FKIP Untirta merupakan sebuah lembaga atau institusi yang memiliki peraturan di dalamnya. Diantara peraturan tersebut ada yang mengharuskan mahasiswanya berpakaian rapi dan sopan. Selama berada di lingkungan kampus FKIP Untirta, penggemar budaya populer Korea terkontrol untuk tidak berpakaian menirukan artis Korea seutuhnya.

Ketiga kontrol sosial. Penggemar budaya populer Korea terkontrol atas tindakannya dalam mengunggah aktivitas yang berkaitan dengan budaya populer Korea di media sosial karena tidak ingin menimbulkan reaksi yang tidak diinginkan dari lingkungan sosialnya. Penggemar budaya populer Korea menyadari bahwa tidak semua orang yang berada di sekitarnya bisa menerima budaya populer dengan mudah seperti dirinya. Di lingkungan penggemar budaya

populer Korea juga terdapat orang yang masih konservatif bahkan ada yang anti terhadap budaya populer Korea. Keadaan tersebut membuat penggemar budaya populer Korea terkontrol untuk tidak terlalu menunjukkan identitas dirinya.

Selain terkontrol atas faktor eksternal, penggemar budaya populer Korea juga terkontrol atas faktor internal yaitu dirinya sendiri. Diri penggemar budaya populer Korea membantu menjaga agar tidak melakukan tindakan-tindakan yang bersebrangan dengan ajaran religi, institusi, dan lingkungan sosial. Ia menkonsepkan dirinya agar sesuai dengan simbol-simbol yang melekat pada dirinya yaitu sebagai seorang muslim, seorang mahasiswa FKIP, dan seorang masyarakat biasa.

Sementara dalam lingkungan masyarakat FKIP Untirta, penggemar drama Korea dan musik K-pop melakukan interaksi sebagaimana penggemar drama Korea dan penggemar musik K-pop lakukan. Sebagai sesama penggemar budaya populer Korea, penggemar drama Korea, penggemar musik K-pop, serta penggemar drama Korea dan musik K-pop dapat saling mengidentifikasi satu sama lain. Cara yang dilakukannya adalah dengan melihat aksesoris yang digunakan, percakapan yang diucapkan, dan unggahan media sosialnya.

Penggemar drama Korea, penggemar musik K-pop, maupun penggemar drama Korea dan musik K-pop memiliki berbagai perbedaan dalam melakukan tindakan, melalui proses berpikir (*Mind*), menjadi diri (*Self*), dan berinteraksi di masyarakat (*Society*). Namun pada dasarnya ketiga karakteristik penggemar tersebut memiliki keterkaitan satu dengan yang lainnya dan memiliki benang merah yaitu sebagai budaya populer Korea.

## Simpulan

Secara ringkas, pembentukan konsep diri mahasiswi penggemar budaya populer Korea di FKIP Untirta

1. Penggemar drama Korea melakukan tindakan konsumsi berupa makanan, pakaian, dan riasan. Penggemar musik K-pop melakukan tindakan konsumsi berupa *merchandise*. Sementara penggemar drama Korea dan musik K-pop melakukan tindakan konsumsi seperti yang dilakukan oleh penggemar drama Korea dan penggemar musik K-pop.
2. Dalam pikiran (*Mind*), penggemar drama Korea, penggemar musik K-pop, maupun penggemar drama Korea dan musik K-pop memberikan pemaknaan terhadap drama Korea dan musik K-pop yaitu sebagai pelajaran hidup, teman dalam perjalanan hidup, hiburan dan impian.
3. Sebagai diri (*Self*), penggemar drama Korea dan musik K-pop terbagi menjadi aku (*I*) dan diriku (*Me*). Sebagai aku (*I*), penggemar drama Korea dan musik K-pop merespon penilaian orang lain terhadap dirinya sebagai orang yang menggemari drama Korea dengan cara masa bodoh. Sementara sebagai diriku (*Me*), penggemar drama Korea dan musik K-pop memikirkan kembali sebelum melakukan imitasi terhadap hal-hal yang berkaitan drama Korea dan musik K-pop.
4. Pada masyarakat (*Society*), baik penggemar drama Korea, penggemar musik K-pop, maupun penggemar drama Korea dan musik K-pop berinteraksi dengan non-penggemar di lingkungan kampus FKIP Untirta maupun di luar lingkungan kampus, serta mereka saling mengidentifikasi satu dengan yang lainnya.

## Daftar Pustaka

- Adita, Wika Bia dan Rosmawati. 2018. Perilaku Kecanduan Menonton Drama Korea dan Hubungan Sosial Pada Siswa Smpn 13 Pekanbaru. *JOM FKIP Unri Volume 5 Edisi 1 Januari – Juni 2018*. Diakses 19 Januari 2019. <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFKIP/article/view/20439>.
- Anggraeni, Rina. 2015. 20 Judul Drama Korea yang Tayang di RCTI. *Sindonews*, 14 Mei 2015. Diakses 22 Maret 2019. <https://lifestyle.sindonews.com/read/1001132/158/20-judul-drama-korea-yang-tayang-di-rcti-1431590153>
- Arisandi, Herman. 2015. *Buku Pintar Pemikiran Tokoh-tokoh Sosiologi dari Klasik sampai Modern*. Yogyakarta: Ircisod.
- Astuti. 2012. *Imperialisme Budaya Industri Dunia Hiburan Korea di Jakarta (Studi terhadap Remaja-remaja Jakarta yang Menggemari Musik Pop Korea)*. Tesis Program Pascasarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Indonesia. Diakses 2 Mei 2018. <http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/20307765-T30763-Imperialisme%20budaya.pdf>.
- Baldwin, John D. 1986. *George Herbert Mead: a unifying theory for sociology*. California: Sage.
- CNN Indonesia. 2018. Jadwal Konser Blackpink di Jakarta Ditambah. *CNN Indonesia*. Diakses 19 Januari 2019. <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20181217180308-227-354349/jadwal-konser-blackpink-di-jakarta-ditambah>.
- Handaningtias, Uliviana Restu dan Helmy Agustina. 2017. Peristiwa Komunikasi Dalam Pembentukan Konsep Diri Otaku Anime. *Jurnal Kajian Komunikasi, Volume 5, No. 2*. Diakses tanggal 25 Februari 2019. <http://jurnal.unpad.ac.id/jkk/article/view/11405>.
- Heryanto, Ariel. 2012 (ed). *Budaya Populer di Indonesia Mencairnya*

- Identitas Pasca-Orde Baru*. Yogyakarta: Jalasutra.
- \_\_\_\_\_. 2015. *Identitas dan Kenikmatan Politik Budaya Layar Indonesia*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Hong, Euny. 2014. *Korean Cool Strategi Inovatif di Balik Ledakan Budaya Pop Korea*. Terj. Yenni Saputri. Yogyakarta: Bentang.
- KBRI. 2015. *Hubungan Bilateral*. Seoul: Kedutaan Besar Republik Indonesia di Seoul.
- Liany, Farah Dhiba Putri dan Hadi Purnama. 2013. *K-Drama dan Perkembangan Budaya Populer Korea Di Indonesia: Kajian Historis Pada K-Drama Sebagai Budaya Populer Di Indonesia Tahun 2002-2013*. Skripsi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom. Diakses 22 Maret 2019. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/17475/k-drama-dan-perkembangan-budaya-populer-korea-di-indonesia-kajian-historis-pada-k-drama-sebagai-budaya-populer-di-indonesia-tahun-2002-2013.html>
- Mead, Geoger Herbert. 2018. *Mind, Self, and Society*. Terj. Willian Saputra. Yogyakarta: Forum.
- \_\_\_\_\_. 1956. *Mind, Self, And Society Movements Of Thought In The Nineteenth Century The Philosophy Of The Act*. USA: The University Of Chicago Press.
- Rafsanjani, Arfina. 2014. *Analisis Perilaku Fanatisme Penggemar Boy Band Korea: Studi Kasus pada Komunitas Safel Dance Club*. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ritzer, George. 2011. *Teori Sosiologi Klasik*. Terj. Saut Pasaribu dkk. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Satori, Djam'an dan Aan Komariah. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: IKAPI.
- Setiawan, R., & Kuntari, S. 2018. Implementasi Bahan Ajar Berbasis Web pada Mata kuliah Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat di Jurusan Pendidikan Sosiologi Untirta. *Hermeneutika: Jurnal Hermeneutika*, 4(2). Diakses tanggal 25 Februari 2019. <http://jurnal.untirta.ac.id/index.php/Hermeneutika/article/view/4826>.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukardi. 2003. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Susilo, Rachmat K Dwi. 2008. *20 Tokoh Sosiologi Modern: Biografi Para Peletak Sosiologi Modern*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Tim CNN Indonesia. 2018. *Trans Media Resmi Jalin Kerja Sama dengan SM Entertainment*. CNN Indonesia. Diakses 26 Februari 2019. <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20181008124533-227-336572/trans-media-resmi-jalin-kerja-sama-dengan-sm-entertainment>.
- Zellner, Xander. 2018. BTS Return to No. 1 on Billboard Artist 100 Chart. *Billboard.com*. Diakses 22 Maret 2019. <https://www.billboard.com/articles/columns/chart-beat/8473643/bts-returns-to-no-1-billboard-artist-100-chart>.