

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Berkembangnya teknologi mendorong penyebaran informasi yang semakin pesat. Melalui media sosial, informasi terbaru akan lebih mudah dan cepat diterima oleh manusia. Media sosial sebagai perantara penyebaran berita, *trend*, dan perkembangan tentang dunia dapat diakses hanya dalam hitungan detik. Media sosial juga menjadi tempat lahirnya *trend* baru dan budaya populer.¹

Pergerakan arus globalisasi mendorong perkembangan dan penyebaran suatu budaya populer. Budaya populer atau *pop culture* adalah budaya kehidupan sehari-hari sebagai cerminan dari dinamika masyarakat. Dinamika masyarakat menjadi bagian terjadinya perubahan kehidupan masyarakat dari waktu ke waktu. Budaya populer memiliki kekuatan untuk membentuk serta menggambarkan budaya dan mewakili realitas sosial yang berubah sebagai simbol komunikasi.²

Clifford Geertz memaknai kebudayaan sebagai sebuah nilai yang memiliki karakter berbeda secara historis sehingga dapat diketahui melalui simbol-simbol. Simbol tersebut memiliki makna yang terus berkembang

¹ Karina Amaliantami Putri, Amirudin, dan Mulyo Hadi Purnomo, "Korean Wave dalam Fanatisme dan Konstruksi Gaya Hidup Generasi Z," *NUSA* 14, no. 1 (2019): 126.

² Egsa Ugm, "Trend Budaya K-Pop Di Kalangan Remaja Indonesia: BTS Meal Hingga Fanatisme," *Perpustakaan Fakultas Geografi UGM* (blog), 21 Desember 2021, <https://egsa.geo.ugm.ac.id/2021/12/21/trend-budaya-k-pop-di-kalangan-remaja-ind-bts-meal-hingga-fanatisme>.

mengikuti pengetahuan manusia, sehingga budaya diartikan sebagai suatu kepercayaan yang terus berkembang dan menjadi kebiasaan.³

Budaya populer sebagai bukti nyata dari minat manusia dalam masalah pengungkapan pengaruh eksternal pada kehidupan kita sehari-hari melalui musik, cara berpakaian, perilaku dan cara berkomunikasi. Budaya populer bukanlah *domain eksklusif* barat, *American Folklife Center* menyatakan bahwa budaya rakyat adalah bagian dari kehidupan setiap orang, hal ini konstan seperti *trend* mode yang memainkan peran penting dalam ekspresi identitas budaya.⁴

Budaya populer sendiri adalah dua kombinasi dari istilah “budaya” dan “pop”. Williams menyatakan bahwa budaya juga dapat mencakup karya dan praktik intelektual, terutama aktivitas artistik. Kata “pop” merujuk pada kata populer. Williams memaknai tentang kata pop ini, yaitu banyak disukai orang, karya yang dilakukan untuk menyenangkan orang, dan budaya yang memang dibuat oleh orang untuk dirinya sendiri.⁵

Karakteristik dari budaya populer ini yaitu mudah diakses oleh khalayak luas melalui berbagai platform, bersifat massal dan komersial, dinamis dan cepat berubah, mencerminkan nilai dan kebutuhan sosial dan dipengaruhi oleh globalisasi. Budaya pop ini meliputi film, fashion, media sosial, meme, game-sport dan musik seperti K-Pop, hip-hop, rock yang

³ Rulli Nasrullah, *Komunikasi Antarbudaya: Di Era Budaya Siber* (Jakarta: Prenada Media Group, 2012). hlm.15-19

⁴ Shirley Fedorak, *Pop Culture: The Culture of Everyday Life* (Toronto: University of Toronto Press, 2009).

⁵ Raymond Williams, *Keyword* (London: Fontana, 1983), 237

memengaruhi gaya hidup, bahasa dan ekspresi kaum muda di berbagai negara.⁶

Tema-tema dalam K-pop berbicara tentang budaya secara holistik dan terintegrasi, artinya tidak mungkin membahas budaya populer tanpa juga membahas sistem budaya yang terkait. Cakupan budaya populer sangat luas, budaya ini mengenalkan kepada orang-orang bentuk budaya yang beragam dan menarik yang bergerak di luar stereotip.⁷

K-pop atau musik korean pop adalah bentuk populer dari budaya yang telah mendapatkan pengikut yang signifikan di antara anggota Generasi Z. Menurut laporan dari *Korean Foundation* atau KF jumlah penggemar K-pop secara global mencapai 178 juta orang pada tahun 2022, jumlah tersebut mengalami peningkatan sebanyak 19 kali lipat dari tahun 2012 yang menunjukkan pertumbuhan signifikan dari popularitas K-pop. Di Indonesia sendiri popularitas K-pop sangat tinggi, berdasarkan laporan Twitter menurut *unique authors*. Menurut CNNIndonesia, tercatat Indonesia menempati posisi pertama, posisi kedua dengan penggemar K-pop terbanyak adalah Jepang, diikuti Filipina dan Korea Selatan.⁸

K-pop atau *Pop culture* hadir di tengah-tengah kehidupan masyarakat karena perkembangan teknologi yang sangat pesat. K-pop berkaitan dengan media. Media mampu memproduksi sebuah bentuk budaya, maka publik

⁶ Williams,90

⁷ Irman, "Fenomena Budaya K-Pop (Pop Culture) Pada Masyarakat Urban Di Kota Makassar," *OSF*, t.t., 1–10.

⁸ INDONESIA CNN, "Survei: Fan Hallyu di Dunia Lebih dari 178 Juta Orang pada 2022," *CNN INDONESIA* (blog), 9 Oktober 2023, <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20230323150343-241-928582/survei-fan-hallyu-di-dunia-lebih-dari-178-juta-orang-pada-2022>.

akan menyerapnya dan menjadikannya sebagai sebuah bentuk kebudayaan. Populer yang dibicarakan tidak terlepas dari perilaku konsumsi dan determinasi media massa terhadap publik yang bertindak sebagai konsumen.⁹ K-pop merupakan budaya yang umum dan kekinian, sehingga budaya ini diterima dengan baik dan bahkan dicintai oleh mereka yang disebut sebagai Generasi Z.¹⁰

K-pop atau Korean pop sebelumnya hanya dijadikan hiburan saja. Namun, seiring berkembangnya teknologi dan fasihnya para remaja khususnya Generasi Z yang rata-rata berusia 11-26 tahun (kelahiran 1997-2012 menurut Wikipedia)¹¹ K-pop berubah menjadi simbol komunikasi. Simbol komunikasi tersebut bisa secara verbal/nonverbal.¹² Dari gaya bicara yang ditambah *slang* bahasa korea dan gaya berpakaian mengikuti *style* K-pop.

Menurut hasil *survey IDN Times* (2019), 40.7% penggemar K-pop di Indonesia berasal dari usia 20-25 tahun, 38.1% berusia 15-20 tahun, 11,9% berasal dari usia 25 tahun dan 9.3% dari usia 10-15 tahun.¹³ Data menurut *survey* tersebut menunjukkan bahwa rata-rata penggemar K-pop berasal dari

⁹ Rachmah Ida, *Metode Penelitian Studi Media Dan Kajian Budaya* (Jakarta: Prenada Media Group, 2018). Hlm. 50-51

¹⁰ Erlyani Facheros dkk., “Dinamika Fanatisme Penggemar K-Pop pada Komunitas BTS-Army Medan,” *Jurnal Diversita* 10, no. 10 (2020), 194-201, <http://ojs.uma.ac.id/index.php/diversita>.

¹¹ Wikipedia, “Generasi Z,” *Wikipedia Ensiklopedia Bebas* (blog), 2023, https://id.wikipedia.org/wiki/Generasi_Z#:~:text=Generasi%20Z%20adalah%20generasi%20yang,dari%20Generasi%20X%20dan%20Milenial.

¹² Roni Mulyana, Agus Garnida, dan Hendri Pramadya, “Interaksi Simbolik Pecinta K-Pop Di Komunitas Korean Dancer Di Bandung,” *Journal of Humanities and Social Studies* 2, no. 2 (Mei 2024), hlm. 730, <https://humasjournal.my.id/index.php/HJ/article/download/324/246/850>.

¹³ Sandy Agum Gumelar, Risa Almaida, dan Adinda Azmi Laksmiwati, “Dinamika psikologis fangirl K-Pop,” *2021* 9, no. 1 (t.t.): 17–24, <https://doi.org/10.22219/cognicia.v9i1.15059>.

usia 10-25 tahun yang merupakan bagian dari Generasi Z. Di Kota Kediri Generasi Z menurut data BPS (Badan Pusat Statistik) tahun 2020 sekitar 27.79% dari jumlah keseluruhan penduduk Kota Kediri .¹⁴

Dalam kehidupan sehari-hari di Kota Kediri, berdasarkan hasil observasi peneliti di lapangan, para mahasiswa menggunakan *style* baju *ulzzang*. *Ulzzang* merupakan sebutan populer Korea Selatan yang secara harfiah memiliki arti wajah terbaik atau tampan/cantik. Gaya *ulzzang* biasanya melibatkan tampilan alami, *simple* dan sederhana, dengan fokus pada peningkatan fitur alami seseorang daripada menata atau mengubahnya secara berlebihan.

Hal tersebut bisa melibatkan penggunaan riasan ringan untuk mempercantik mata dan bibir, serta memilih pakaian dan aksesoris yang sederhana. Selain itu, mahasiswa yang menyukai K-Pop seringkali menggunakan kata-kata populer bahasa Korea ketika berbicara, kata-kata populer tersebut mereka adopsi dari drama Korea seperti *saranghaeyo*, *ommo*, *jinjja*, *whae*, dan *ottoke*. Hal ini sering dilakukan sebagai cara untuk menunjukkan apresiasi atau kekaguman terhadap budaya dan bahasa Korea Selatan, serta artis dan grup K-pop yang menjadi idolanya.¹⁵

Musik K-pop memberikan pengaruh terhadap Generasi Z dalam berbagai aspek seperti budaya pop, *trend fashion*, bahasa, dan penggunaan gestur tangan. Musik K-pop telah memperkenalkan budaya Korea kepada

¹⁴ Badan Pusat Statistik, "Badan Pusat Statistik (BPS)," 2020, <http://www.bps.go.id/>.

¹⁵ egsa ugm, "Trend Budaya K-Pop Di Kalangan Remaja Indonesia: BTS Meal Hingga Fanatisme."

Generasi Z. Budaya tersebut diperkenalkan melalui musik K-pop dan kontennya yang membuat Generasi Z lebih terbuka terhadap keragaman budaya dan menghargai keunikan budaya-budaya lain. Generasi Z sering meniru gaya busana dan tatanan rambut yang diperlihatkan oleh idol K-pop dalam video musik dan penampilan panggung. Mereka mencoba mengadopsi gaya yang ekspresif dan berani.¹⁶

Pengaruh lainnya juga terdapat pada penggunaan gestur tangan sebagai komunikasi non-verbal.¹⁷ Penggunaan gestur tangan tersebut berupa jari hati yang dikenal dari kalangan idol K-pop juga penggemar mereka. K-pop juga menciptakan komunitas global sehingga Generasi Z dapat terhubung dengan penggemar lain dari berbagai belahan dunia, hal tersebut menggambarkan musik K-pop telah menjadi kekuatan budaya global yang kuat.¹⁸

Salah satu alasan K-pop menjadi fenomena global karena keberadaannya yang kuat di dunia maya. Penggemar K-pop dikenal karena partisipasi aktif mereka di media sosial dan *platform online* lainnya, yang telah membantu menyebarkan popularitas *genre* tersebut ke luar Korea Selatan. Akibatnya, K-pop dilihat sebagai bentuk komunikasi dan koneksi untuk penggemar di seluruh dunia, yang belum tentu memiliki bahasa atau

¹⁶ egsa ugm.

¹⁷ R Adinda, "Apa itu Gesture & Macam-macam Body Gesture," *Gramedia Blog* (blog), 2022, <https://www.gramedia.com/best-seller/gesture/>.

¹⁸ Carlina Putri Wardani, "Fungsi Komunitas K-Pop Sebagai Wadah Para Penggemar" (Surabaya, Universitas Airlangga, 2015), hlm, 6, <https://repository.unair.ac.id/15934/4/4.%20BAB%20I%20PENDAHULUAN.pdf>.

budaya yang sama.¹⁹

Fenomena penggunaan simbol-simbol K-pop seperti melakukan *love sign*, atau mengadopsi gaya berpakaian *ulzzang* dan berkomunikasi dengan *slang* bahasa korea oleh sebagian anggota Generasi Z merupakan bagian dari perkembangan *trend* budaya dan mode saat ini. Namun, Pemaknaan terhadap fenomena tersebut bisa sangat bervariasi dan berbeda-beda yang dipengaruhi oleh faktor pengalaman, latar belakang, pendidikan, dan lain-lain.²⁰

Urgensi makna simbol global musik K-pop pada fandom NCTzen Generasi Z dan relevansinya untuk diteliti karena pengaruh dari industri global musik K-pop telah menjadi sebuah fenomena global yang berpengaruh pada budaya populer di berbagai belahan dunia, termasuk di Indonesia. Hal tersebut dibuktikan dengan kepopuleran grup-grup K-pop seperti NCT, BTS, Blackpink dan Twice yang secara signifikan menunjukkan dampak dalam penyebaran budaya korea.²¹

Budaya korea tersebut memunculkan simbol-simbol yang dalam perkembangannya juga digunakan dalam kehidupan sehari-hari untuk berkomunikasi.²² Simbol K-pop terdiri dari simbol visual seperti *fashion style*, tata rambut dan make up, *love sign*. simbol verbal seperti, lirik lagu,

¹⁹ Chintia Putri Amelia, "Fanatisme Penggemar K-Pop di Media Sosial," Mei 2022, news.detik.com/kolom/d-6086053/fanatisme-penggemar-k-pop-di-media-sosial.

²⁰ egsa ugm, "Trend Budaya K-Pop Di Kalangan Remaja Indonesia: BTS Meal Hingga Fanatisme."

²¹ egsa ugm.

²² egsa ugm.

slang bahasa korea. Simbol non-verbal seperti gestur tangan *finger heart*. Berdasarkan hasil observasi bersama para informan, simbol-simbol yang sering digunakan oleh mereka sebagai bagian dari generasi Z adalah simbol *love sign*, *fashion style* dan *slang* bahasa korea.

Simbol-simbol dalam musik K-pop baik itu *love sign*, gaya berpakaian atau *fashion style* dan *slang* bahasa korea memiliki peran penting dalam pembentukan identitas grup dan menarik perhatian penggemar. Makna simbol-simbol global ini dapat memberikan pemahaman mendalam tentang cara musik K-pop menciptakan daya tarik global dan memberikan pengaruh pada generasi Z.

Kota Kediri merupakan salah satu kota kecil di Indonesia. Meskipun kecil, pengaruh globalisasi tidak terlepas dari Kota ini, termasuk dalam hal konsumsi budaya populer seperti musik K-pop. Temuan dilapangan menunjukkan bahwa generasi Z di Kota Kediri mulai terpapar dengan budaya K-pop, hal tersebut dibuktikan dengan penggunaan aksesoris K-Pop seperti photocard, merchandise K-pop dan fashion style K-pop. Melalui studi kasus ini dapat dipahami cara simbol-simbol global dalam musik K-pop diterima dan dimaknai oleh komunitas lokal dan memberikan kontribusi pada pemahaman globalisasi budaya berinteraksi dengan identitas lokal.

Generasi Z adalah generasi yang tumbuh dewasa di era digital yang memudahkan akses terhadap konten musik dan budaya populer.²³

²³ Pengetahuan Umum, "Generasi Z dan Revolusi Budaya Pop: Transformasi Yang Mengubah Paradigma," *Kumpara.com* (blog), 22 Januari 2024, <https://kumparan.com/pengetahuan-umum/generasi-z-dan-revolusi-budaya-pop-transformasi-yang-mengubah-paradigma-2211dI3BIqy/full>.

Memahami cara generasi Z di Kota Kediri merespon simbol-simbol dalam musik K-pop dapat memberikan wawasan tentang tren budaya serta dampak yang dimiliki oleh musik K-pop di tingkat lokal. Pentingnya lokalitas dalam konteks global, salah satunya yaitu Kota Kediri.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Makna Simbol Global Musik K-pop Pada Fandom NCTzen Generasi Z Kota Kediri”, penelitian ini bertujuan untuk menggali dan memahami makna simbol musik K-Pop pada generasi Z, seperti apa generasi Z Kota Kediri memandang dan memaknai simbol yang terdapat pada musik K-Pop untuk digunakan dalam berkomunikasi dan faktor yang memengaruhi konstruksi simbol global musik K-Pop pada generasi Z.

B. Fokus Penelitian

Untuk menghindari kesalahan dan kerancuan saat melakukan penelitian, maka peneliti memberikan batasan terhadap arah ruang lingkup pembahasan yang diteliti. Pada penelitian “Makna Simbol Global Musik K-pop Pada Fandom NCTzen Generasi Z Kota Kediri” difokuskan pada :

1. Bagaimana makna simbol global Musik K-Pop dipahami generasi Z Kota Kediri?
2. Apa saja Faktor yang memengaruhi konstruksi simbol global Musik K-Pop pada generasi Z Kota Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian Makna Simbol Global Musik K-pop Pada Fandom NCTzen Generasi Z Kota Kediri adalah

1. Untuk memahami dan mendeskripsikan Makna simbol-simbol global dalam musik K-pop gaya bahasa, *fashion style*, dan gestur tangan *love sign* sebagai simbol komunikasi.
2. Untuk memahami dan mendeskripsikan Faktor konstruksi simbol-simbol global dalam musik K-pop (gaya bahasa, *fashion style*, dan gestur tangan *love sign*) dipahami generasi Z Kota Kediri sebagai simbol komunikasi.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a) Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai media pengembangan ilmu pengetahuan dan rekomendasi tentang ilmu komunikasi dari penelitian sebelumnya. Khususnya mengenai simbol-simbol komunikasi yang terdapat pada musik K-pop di Kota Kediri.
- b) Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian mendatang
- c) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan pertimbangan dan sumber referensi untuk mahasiswa dalam

penyusunan skripsi berkaitan dengan teknik analisis isi dan tahapan penelitian.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Peneliti

Memberikan wawasan tentang cara simbol dalam musik K-pop digunakan sebagai alat komunikasi dan koneksi di kalangan anak muda, serta motivasi dan makna di balik penggunaan simbol-simbol tersebut.

b) Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan bisa dijadikan sumber referensi bagi pihak yang akan melaksanakan penelitian di masa mendatang. Penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai rekomendasi untuk menyelesaikan masalah tentang makna dari simbol-simbol global dalam musik K-pop dan faktor yang memengaruhi konstruksi makna simbol global musik K-Pop.

E. Definisi Konsep

1. Generasi Z

Generasi Z umumnya lahir pada rentang tahun 1997 sampai dengan 2012.²⁴ Nama Generasi Z berasal dari fakta bahwa mereka

²⁴ Kim parker dan ruth igielnik, “‘What We Know About Generasi Z So Far’, Pew Research Center’s Social & Demographic Trends Projec,” 2020, <https://www.pewresearch.org/social-trends/2020/05/14/on-the-cusp-of-adulthood-and-facing-an-uncertain-future-what-we-know-about-Generasi-z-so-far-2/>.

adalah Generasi kedua setelah Generasi X, yang melanjutkan urutan abjad dari Generasi Y (*Millennials*). Generasi Z dikenal sebagai Generasi yang sangat tergantung pada teknologi, khususnya internet dan media sosial. Mereka memiliki kemampuan dalam menguasai teknologi sejak lahir dan dapat melakukan akses dengan cepat dan mudah sehingga bisa lebih diandalkan dalam hal IPTEK.²⁵

2. Simbol-Simbol Global K-Pop

Simbol global musik K-pop mengacu pada sesuatu hal yang dapat dikenali oleh penggemar di seluruh dunia sebagai bagian dari budaya populer dan memiliki makna yang luas. Konteks musik K-pop jika dilihat dari sudut pandang simbol global memberikan elemen-elemen yang secara khusus memiliki pengaruh dan daya tarik yang luas di tingkat internasional.²⁶ Simbol global musik K-pop tersebut dapat berupa artis ataupun grup musik, *fandom*, *trend mode/gaya*, dan bahasa. Dalam penelitian ini simbol K-Pop yang digunakan seperti penggunaan *love sign* atau jari hati, *fashion style*, dan penggunaan *slang* bahasa korea atau bahasa populer korea.

4. Musik K-pop

Musik K-pop adalah musik populer yang berasal dari Korea Selatan dan telah menjadi fenomena global.²⁷ Menurut Emilie (2012)

²⁵ Diyan Nur Rakhmah, "Gen Z Dominan, Apa Maksudnya bagi Pendidikan Kita?," *pskp.kemdikbud* (blog), 2021, <https://pskp.kemdikbud.go.id/produk/artikel/detail/3133/gen-z-dominan-apa-maksudnya-bagi-pendidikan-kita>.

²⁶ Ariel Heriyanto, *Identitas dan Kenikmatan Politik Budaya Layar Indonesia* (Jakarta: PT Gramedia, 2015).

²⁷ hyo jung lee, "K-pop in Korea: How the Pop Music Industry Is Changing a Post-Developmental

K-pop adalah singkatan dari *Korean popular music*, yang merupakan bentuk musik populer yang berasal dari Korea Selatan. Musik K-pop mencakup berbagai gaya dan genre dari seluruh dunia, seperti Pop, Hip Hop, R&B, Rock, Jazz, Gospel, Reggae, Electronic Dance, Folk, Country, Disco, dan Klasik.²⁸

Kata Pop dari K-Pop merupakan singkatan dari kata Popular yang berarti populer atau digemari. Istilah pop dalam konteks musik merujuk pada genre yang mudah diakses dan disukai oleh khalayak luas, dengan melodi yang catchy, ritme yang menarik, dan lirik yang berkaitan dengan tema-tema universal seperti percintaan, persahabatan, dan kehidupan sehari-hari. Karakteristik musik K-Pop yang membedakannya dengan genre musik lainnya yaitu visual dan estetika dari fashion dan gaya yang selalu dirancang khusus dengan inovasi yang selalu baru. Selain itu video musik (MV) yang mewah koreografi yang rumit.²⁹

F. Penelitian Terdahulu

Sebagai Rujukan dari hasil peneliti yang terkait dengan tema yang sedang diteliti, peneliti berupaya mencari referensi hasil penelitian

Society,” *University of Hawai’i Press* 3, no. 1 (2014), <https://doi.org/10.1353/ach.2014.0007>.

²⁸ Siti Makhfudhoh, Nur Hafifah, dan M Sholehudin, “Perilaku Komunikasi K-popers dalam Interaksi Melalui Aplikasi Video Musik K-Pop (studi Fenomenologi K-Popers Dalam Interaksi Sosial Melalui Video Musik K-Pop),” *Universitas Muhammadiyah Surabaya*, t.t., https://apps.um-surabaya.ac.id/pkm2023/upload/surat_keluar/9006-PROPOSAL_SITI%20MAKHFUDHOH_UNIVERSITAS%20MUHAMMADIYAH%20SURABAYA-4.pdf.

²⁹ Devi Puspita Sandra Hariadi dan Agustin Rahmawati, “Celebrity Worship Dan Perilaku Konsumtif Remaja Penggemar K-Pop.” 6 September 2022, 91

terdahulu untuk membantu dalam proses pengerjaan dan pengkajian penelitian ini sebagai berikut:

1. Eka Putri Wardani, Rina Sari Kusuma mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. Dengan judul penelitian INTERAKSI PARASOSIAL PENGGEMAR K-POP DI MEDIA SOSIAL (STUDI KASUS PADA FANDOM ARMY DI TWITTER).

Dalam penelitian tersebut menggunakan metodologi penelitian Kualitatif deskriptif dengan mengambil data dari observasi dan wawancara dengan lima penggemar K-pop yang tergabung dalam fandom Army. Hasil Penelitian tersebut menunjukkan bahwa semua informan secara aktif melakukan interaksi parasosial dengan BTS di Twitter, interaksi tersebut melibatkan respon psikologis informan, yaitu dapat dilihat bahwa informan memberikan respon kognitif, afektif dan perilaku selama berjalannya interaksi parasosial.³⁰

Perbedaannya terletak pada orientasi interaksi antara penggemar, penelitian terdahulu berorientasi pada interaksi penggemar di media sosial, sedangkan peneliti saat ini berorientasi pada interaksi penggemar secara nyata di kehidupan sehari-hari. Persamaan dari penelitian terdahulu dengan

³⁰ Eka Putri Wardani dan Rina Sari Kusuma, "Interaksi Parasosial Penggemar K-Pop di Media Sosial (Studi Kualitatif pada Fandom Army di Triter)," *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi* 7, no. 2 (2021): 243–60, <http://dx.doi.org/10.30813/bricolage.v7i2.2755>.

penelitian saat ini yaitu sama-sama terdapat keterlibatan dengan budaya K-Pop dan dampaknya pada penggemar K-Pop.

2. Sunaryanto, Ahmad Rofi Syamsuri mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Dakwah Dirosat Islamiyah AL-Hikmah Jakarta. Dengan judul penelitian “HIBRIDITAS KEISLAMAN GENERASI Z DAN FENOMENA HIJRAH POP”.

Dalam penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif dengan studi pustaka, data primer dikumpulkan dari jurnal, buku, dan sumber internet. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa identitas hibrida keislaman Generasi Z merupakan hasil negosiasi di ruang ketiga antara Islam dan budaya populer. Identitas Hijrah Pop merupakan identitas hibrida hasil persilangan antara Islam dan K-populer. Penelitian terdahulu memiliki persamaan dengan penelitian saat ini yaitu, sama-sama membahas tentang identitas penggemar K-pop.³¹

Perbedaannya terletak pada objek formal penelitiannya, peneliti menggunakan objek formal simbol-simbol global dalam musik K-pop, sedangkan penelitian terdahulu menggunakan objek formal hibriditas keislaman dan fenomena hijrah pop.

³¹ Sunaryanto dan Ahmad Rofi Syamsuri, “Hibriditas Keislaman Generasi Z Dan Fenomena Hijrah Pop” (Jakarta, Sekolah Tinggi Ilmu Dakwah Dirosat Islamiyah Al-Hikmah Jakarta, 2020).

3. Rosi Apriliani, Rizki Setiawan mahasiswa Universitas Sultan AGenerasig Tirtayasa, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Program Studi Pendidikan Sosiologi. Dengan judul penelitian “KONSTRUKSI KONSEP DIRI MAHASISWI PENGGEMAR K-POPULER KOREA”.

Dalam penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara terstruktur dan mendalam, serta dokumentasi. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa mahasiswi penggemar K-populer Korea melakukan tindakan konsumsi berupa makanan, pakaian, riasan dan merchandise Kpop. Mengenai pikiran (Mind), penggemar K-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 K-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 K-pop berinteraksi dengan sesama penggemar maupun non-penggemar.³²

³² Rosi Apriliani dan Rizki Setiawan, “Konstruksi Konsep Diri Mahasiswi Penggemar K-Populer Korea” (Banten, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, 2019).

Penelitian terdahulu memiliki persamaan dengan penelitian saat ini yaitu, sama-sama membahas K-pop. Perbedaannya terletak pada fokus yang diteliti, peneliti memfokuskan penelitian pada simbol-simbol global dalam musik K-pop, sedangkan penelitian terdahulu memfokuskan dalam konstruksi konsep diri.

4. Ida Ri'aeni, Musiam Suci, Mega Pertiwi, Tisa Sugiarti mahasiswa Universitas Muhammadiyah Cirebon, Program Studi Ilmu Komunikasi. Dengan judul penelitian "PENGARUH BUDAYA KOREA (K-POP) TERHADAP REMAJA DI KOTA CIREBON".

Dalam penelitian tersebut menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis.

Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa fanatisme budaya korea (K-pop) terhadap remaja Kota Cirebon antara lain berdampak positif dan negatif.³³

Penelitian terdahulu memiliki persamaan dengan penelitian saat ini yaitu, sama-sama membahas budaya Korea. Perbedaannya terletak pada fokus penelitian, peneliti memfokuskan penelitian pada simbol-simbol global dalam

³³ ida Ri'aeni dkk., "Pengaruh Budaya Korea (K-Pop) Terhadap Remaja Di Kota Cirebon" (Cirebon, Universitas Muhammadiyah Cirebon, 2019).

musik K-pop, sedangkan penelitian terdahulu fokus pada pengaruh budaya korea.

5. Olivia M Kaparang, mahasiswi Universitas Sam Ratulangi Manado. Dengan judul Penelitian “ANALISA GAYA HIDUP REMAJA DALAM MENGIMITASI K-POP KOREA MELALUI TELEVISI (Studi pada siswa SMA Negeri 9, Manado)”.

Dalam penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian, K-pop korea sangat terlihat mulai mendominasi remaja SMA Negeri 9, Manado dan tampak jelas mereka mulai meninggalkan budaya indonesia sebagai pegangan hidup keseharian.³⁴

Penelitian terdahulu memiliki persamaan dengan penelitian saat ini yaitu, sama-sama membahas penggemar Korea dan menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaannya terletak pada fokus penelitiannya, peneliti menggunakan simbol-simbol global dalam musik K-pop sebagai fokus penelitian, sedangkan penelitian terdahulu menggunakan analisa gaya hidup dalam mengimitasi K-pop korea.

³⁴ Olivia M Kaparang, “Analisa Gaya Hidup Remaja Dalam Mengimitasi K-Pop Korea Melalui Televisi (Studi pada siswa SMA Negeri 9, Manado)” (Manado, Universitas Sam Ratulangi Manado, 2013).