

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Masuknya berbagai bentuk dan ragam budaya global (Global culture) yang berasal dari berbagai negara di luar Indonesia seperti Amerika, Eropa, Korea, dan China, pada derajat tertentu telah memengaruhi format dan isi budaya populer (musik, televisi, dan film) yang berkembang di tanah air. Kecintaan para penggemar budaya populer yang berasal dari mancanegara seperti K-pop misalnya, telah menjadi fenomena baru dalam konteks konsumsi budaya pop masyarakat. Sementara, institusi kapitalis media masa nampaknya mencoba untuk merespons tren atau kecenderungan ini dengan memproduksi dan menyajikan tayangan budaya pop yang diadaptasi dari model-model dan format budaya global¹.

Berdasarkan data dari Badan Korea Urusan Promosi Budaya dan Departemen Kebudayaan, Olahraga dan Pariwisata Korea dalam KBS World Radio menyebutkan bahwa terdapat 182 klub penggemar Hallyu dan diperkirakan memiliki jumlah anggota mencapai sekitar 3,3 juta yang tersebar di 20 wilayah seluruh dunia.

Budaya populer yang diproduksi dan didistribusikan pada masyarakat tidak lagi mengenal batas-batas geografisnya. Perkembangan media massa dan teknologi komunikasi dan informasi mempercepat arus distribusi dan konsumsi budaya populer lokal ke belahan dunia yang tidak mungkin tersekat-sekat lagi (*borderless*). Joe Straubhaar (2015) mengatakan bahwa globalisasi industri media telah berlangsung melal proses akumulasi atau sedimentasi dari lapisan-lapisan atau ruang-ruang yang meledak dalam dunia panggung media, menjadi bagian penting dalam proses industri media yang kompleks seperti televisi.

¹Rachmah Idah, " BUDAYA POPULAR INDONESIA" (Surabaya : Airlangga University Press, 2019). Hal 1

Kekhasan suatu budaya populer lokal barangkali tidak akan lagi menjadi milik suatu kelompok masyarakat atau komunitas lokal, melainkan telah diadopsi dan diadopsi menjadi varian-varian global yang semakin beragam. Demam *Gagnam Style* dari Korea Selatan adalah contoh yang signifikan untuk menjelaskan bagaimana gelombang Korea (*Korean Wave*) melanda hampir seluruh penjuru dunia. Demam budaya pop Korea yang terjadi di tanah air merupakan salah satu bukti bahwa budaya populer global untuk tidak mengatakan asing/foreign yang telah menjadi bagian dari konsumsi budaya keseharian masyarakat Indonesia.

Ariel Heryanto (2008) menyatakan bahwa kedatangan budaya pop yang berasal dari Indonesia, seperti Malaysia, misalnya penyanyi dan grup band dari Malaysia sudah tidak asing lagi bagi masyarakat Indonesia. Hal yang sama terjadi pada konsumsi film-film Thailand oleh penonton Indonesia (Hanan, 2008). Penerimaan penonton Indonesia terhadap budaya pop dari Korea juga menunjukkan kemiripan bahwa masyarakat di Indonesia begitu terbuka dengan kedatangan budaya pop yang notabenehnya menunjukkan budaya etnis di luar Indonesia².

Korea merupakan salah satu contoh sukses eksportir program televisi, khususnya di wilayah Asia bahkan mulai merambah ke Eropa dan Amerika. Korea pada abad 21 dikatakan berhasil menjadi saingan berat Hollywood dan Bollywood dalam melebarkan sayap budayanya ke dunia internasional melalui tayangan hiburan seperti film, musik, dan drama. Budaya Kpop dengan segala kemajuannya yang didalamnya tetap mengemas nilai-nilai Asia didalamnya, dan ini menjadi daya tarik tersendiri, terutama bagi masyarakat Asia yang merasa ada kedekatan tersendiri saat menyaksikannya.³

Dilansir dari Liputan6.com, Jakarta, popularitas hiburan dan budaya Korea di

²Rachmah Idah, "BUDAYA POPULAR INDONESIA" (Surabaya : Airlangga University Press, 2019). Hal 11

³ Anisa Nur Andina, Skripsi: "Minat Terhadap Musik Korea di Kalangan Remaja di Yogyakarta" (Yogyakarta : UNY, 2013). Hal 1

Asia maupun dnegara belahan dunia lain tengah mencapai puncaknya. Korea benar-benar menginvansi dunia dan memilih generasi muda sebagai pengikutnya. Gelombang besar ini sangat memengaruhi gaya hidup anak muda, termasuk Indonesia. Sejak beberapa tahun terakhir, Korea tidak hanya dikenal sebagai penghasil barang elektronik, tapi juga produsen industri kreatif kelas dunia. Hallyu mencakup berbagai aspek yakni musik, makanan, drama, televisi, film, kosmetik, literatur, dan bahasa.

Demam Korea yang melanda dunia tentu diiringi dengan berbagai keuntungan yang diperoleh Negeri Ginseng tersebut. Sebab, Korea sekarang dianggap sebagai negara yang mengeksplor kebudayaan paling populer di dunia. Setelah budaya pop seperti musik, drama, dan film, masyarakat luar negeri pun tertarik untuk mempelajari bahasa dan mencicipi kuliner khas Korea. Acara televisi Korea juga digandrungi. Fashion dan kosmetik dari Korea disebut sebagai salah satu kiblat kecantikan dunia. Segala hal yang berbau Korea menjadi daya tarik publik. Industri pariwisata ikut terdampak, karena orang dari negara lain berbondong-bondong datang untuk berlibur dan mempelajari kebudayaan Korea Selatan.

Istilah yang kini merujuk keadaan popularitas hiburan dan budaya Korea di Asia dan daerah lain di dunia, *Hallyu* atau “Gelombang Korea” muncul pada pertengahan 1990an setelah Korea mengadakan hubungan diplomatik dengan Tiongkok pada tahun 1992, kemudian Drama TV Korea serta musik popnya yang mendapatkan popularitas di antara komunitas berbahasa China.⁴ *Korean wave* adalah istilah yang sering juga digunakan untuk menggambarkan kebudayaan populer (pop culture) Korea Selatan yang berhasil diekspor ke negara-negara lain di wilayah Asia, Eropa, maupun Amerika. Korean wave tidak saja sebatas berhasil memasarkan

⁴” *Hallyu : Gelombang Korea (韓流. Korea Wave)*, Kedutaan Besar Republik Korea untuk Republik Indonesia, http://overseas.mofa.go.kr/id-id/wpge/m_2741/contents.do

budaya Korea Selatan, namun mampu memasarkan produk-produk komersial dan pariwisata Korea Selatan kepada publik di berbagai negara.⁵

Budaya *Korean Pop* atau yang sering disebut dengan *K-Pop* merupakan budaya musik asal Korea Selatan yang telah menarik simpati kalangan muda-mudi di seluruh Dunia, khususnya di Indonesia sendiri. Di Indonesia hampir seluruh remaja sangat tergila-gila oleh Kpop. Kpop sendiri memiliki ciri khas musik yang bisa membangkitkan semangat jiwa, kesenangan tersendiri bagi para penggemarnya.⁶

Setiap remaja atau orang memiliki idola mereka sendiri-sendiri yang dikagumi, hal ini sangat wajar ada didalam diri manusia disadari atau tidak disadari. Pengidolaan kepada artis pada seseorang biasanya tak terlepas dari anak remaja, dewasa bahkan orang tua sekalipun. Ada baiknya menjadi seorang penggemar tidak berlebihan. Sebagaimana Allah telah menjelaskan di dalam Al-Qur'an Surat Al-A'raf Ayat 31 :

..... إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Artinya : “ Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan”

Menurut Jeli Jenson, penggemar memiliki dua tipe khas ptologi, yaitu individu yang terobsesi, yang terobsesi dengan tampilam selebritis dan kerumunan histeri yang meneriaki para selebriti⁷.

Nilai spiritual memiliki kaitan dengan suatu hal yang dianggap mempunyai kekuatan sakral, suci, dan agung. Untuk memenuhi kebutuhan rohaninya, manusia melaksanakan nilai spiritual dalam kehidupannya. Oleh karena itu nilai spiritual yang

⁵Ni Putu Elvina Suryani, "Korean Wave sebagai Instrumen Soft Power untuk Memperoleh Keuntungan Ekonomi Korea Selatan, *Global*, vol. 16 no. 1 (2014), hal. 69. <file:///C:/Users/ACER/Downloads/8-597-1-PB.pdf>

⁶ Yeni Nur Taqwin, Skripsi: "Perilaku Penemuan Informasi pada Komunitas K-Pop "Ever Lasting Friends(ELF)" (Surabaya: UNAIR, 2016), Hal.1

⁷ John Storey, *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2007), hlm. 157

terletak dalam batiniah yang mengatur psikis manusia. Nilai spiritual merupakan nilai tertinggi dan sifat mutlak karena bersumber pada Tuhan yang Maha Esa⁸.

Religius adalah sikap perilaku yang patuh dalam melaksanakan ajaran agama yang diantnya, toleran terhadap pelaksanaan ibadah agama lain, dan hidup rukun dengan pemeluk agama lain (Suparla, 2010). Sebagai remaja religius, tidak sepatutnya untuk meninggalkan kewajibannya sebagai seorang muslim. Menurut kamus Chaplin bahwa sikap adalah suatu predisposisi atau kecenderungan yang relative stabil dan berlangsung terus menerus untuk brtingkah laku atau untuk bereaksi dengan satu cara tertentu terhadap pribadi lain, objek lembaga atau persoalan tertentu⁹.

Menurut M. Ngalim Purwanto, Sikap atau *attitude* adalah suatu cara bereaksi terhadap suatu perangsang, suatu kecenderungan untuk bereaksi dengan cara tertentu terhadap suatu perangsang atau situasi yang terjadi¹⁰. Sikap religius atau perilaku religius adalah suatu keadaan diri seseorang dimana setiap melakukan aktivitas selalu berkaitan dengan agamanya.

Merebaknya Korean Wave di negara-negara di dunia telah menunjukkan adanya aliran budaya populer dari Korea ke negara-negara tetangganya. Terlepas dari dampak panjang yang akan terus berlanjut, Korean Wave memang suatu fenomena tersendiri dalam dunia industri hiburan modern. Dalam situasi ini dunia pada saat pertukaran informasi terjadi hampir tanpa halangan apapun, Korea telah menjejakkan pengaruhnya di seluruh dunia.

Di balik merebaknya Kpop, tentu ada jutaan penggemar yang tersebar diseluruh dunia. Menurut catatan Twitter Indonesia berada di urutan keempat untuk audiens terbanyak dan urutan pertama untuk volume cuitan di twitter. Pengguna

⁸Auriza Safitri, "Pengaruh Korean Pop Terhadap Perubahan Nilai Spiritual pada Penggemar Komunitas A.R.M.Y. Banda Aceh", Skripsi (UIN Ar-Raniry Banda Aceh,2020), Hal. 2

⁹J.P. Chaplin, "Kamus Lengkap Psikologi", (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1995), hal. 43

¹⁰M. Ngalim Purwanto, "Psikologi Pendidikan", (Bandung: PT; Remaja Rosda Karya, 1990), hal. 141

Twitter di Indonesia banyak membicarakan BTS, Exo, NCT dan Stray Kids. Di Indonesia sendiri memiliki banyak komunitas yang bermacam-macam, ada komunitas ARMY (BTS), STAY (Stray Kids), NCTZEN (NCT), AHGASE (GOT7), EXO-L (EXO), MOA (TXT), MONBEBE (MONSTA X), ENGENE (ENHYPEN), CARAT (SEVENTEEN), BLINK (BLACKPINK), ONCE (TWICE), ATINY (ATEEZ), AROHA (ASTRO), dan masih banyak lagi.

Gambar di bawah menunjukkan bahwa Indonesia menjadi urutan pertama dalam daftar negara-negara dengan volume Tweet tentang K-Pop terbanyak di Twitter.



Gambar 1. Sumber:

<https://twitter.com/TwitterID/status/1420985007930167298?t=kaquFjqc1n8cYe68xK40wQ&s=19>

Kpop Twitter 2020-2021 20 Negara dengan volume Tweet terbanya

Melalui dunia maya pula, fans K-pop melakukan sebuah aktivitas yang disebut dengan fangirling (berasal dari kata fangirl. Fans lelaki disebut dengan sebutan fanboy. Fangirl dan fanboy sering dibedakan karena praktik tertentu yang mereka lakukan di dalam fandom. Namun pada dasarnya fans/penggemar/konsumen adalah sama) (Jenkins, 2007). Fangirling adalah sebutan yang digunakan untuk mendeskripsikan kegembiraan berlebih atau bahkan ekstrim terhadap fandom tertentu.

Internet telah menjadi, bagi kebanyakan orang, sebuah sumber alternatif untuk informasi, dan hiburan, pada tingkat suatu bentuk media yang lebih mapan ketimbang televisi dan media cetak (Rayner, Wall, Kruger, 2004: 104). Mereka para fans Kpop sering menghabiskan waktunya di depan komputer selama berjam-jam untuk berdiskusi mengenai objek kesenangan mereka hingga ke perilaku obsesif yang berlebihan yaitu stalking (istilah yang digunakan untuk mengacu pada perhatian obsesif yang tidak diinginkan oleh seorang individu atau grup yang dilakukan oleh orang tertentu. Sehingga tak jarang pula dari mereka lupa akan waktu, waktu mereka untuk beristirahat, dan juga waktu untuk mereka melakukan kegiatan religius mereka. Namun tidak semua dari mereka melupakan hak tersebut, banyak dari mereka disela-sela mereka diskusi mengenai kesenangan mereka di grup fandom yang mereka buat untuk saling mengingatkan waktu mereka beribadah, menjalankan kewajiban mereka sebagai umat beragama.

Melalui dunia digital, para fans melakukan hal yang membuat mereka merasakan kesenangan atau memosisikan mereka sebagai orang terdekat atau bagian dari Idol Kpop tersebut, hal ini biasanya disebut sebagai Halu. Mereka melampiaskan kehaluan mereka lewat FF (Fanfiction Forum), RP (Role Playing), WP (Wattpad) dan masih banyak lagi, yang biasanya mereka mainkan atau putar untuk memuaskan rasa haus halu mereka. Mereka biasanya menggunakan media Youtube, telegram, WA, dan aplikasi WP. Dalam permainan, tayangan atau bacaan yang mereka lakukan biasanya berisi tentang “*Yadong*” atau bulan gosong, begitulah mereka menyebutnya.

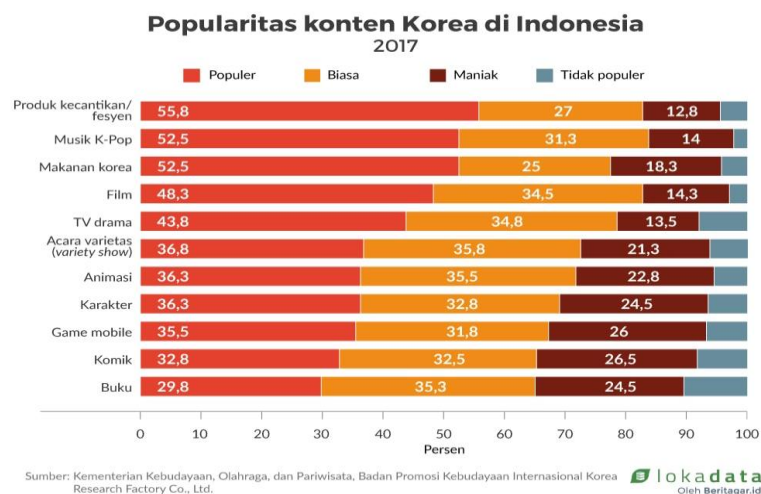
Gambar dibawah menunjukkan bahwa Indonesia kembali menjadi yang pertama dalam daftar 20 negara teratas dengan jumlah fans K-Pop terbanyak di Twitter.



Gambar 2. Sumber: <https://twitter.com/TwitterID/status/1420985016251682816?t=uGr-XI-3ALmqWUyOriyPJO&s=19>

20 negara dengan jumlah fans Kpop terbanyak di Twitter

Menurut Oktina Burlianti Psikolog UI, menyebutkan bahwa penggemar Kpop di tanah air kebanyakan masih remaja. Bahkan, penggemar Kpop di Indonesia dikenal sangat fanatik terhadap idolnya. Oktina mengetahui bahwa di kalangan fans Kpop mengembangkan metode yang sangat bernuansa dunia digital seperti role playing, di mana para fans membuat kelompok untuk semata-mata memerankan diri mereka sebagai anggota grup idol favorit mereka. Hal ini bisa dilihat pada tabel di bawah ini

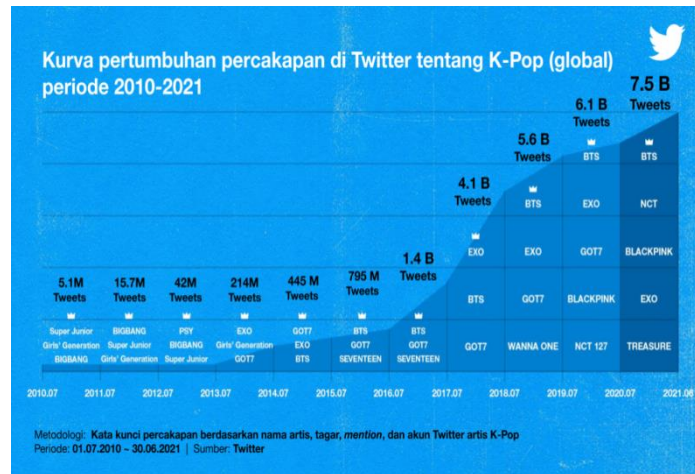


Gambar 3. Sumber : <https://images.app.goo.gl/zjkiPkz6eVVdc8fG7>

Popularitas Konten Korea di Indonesia

Gambar di atas menjelaskan popularitas konten Korea di Indonesia, yang menjadi tren atau tertinggi adalah produk kecantikan atau fashion, dan yang kedua adalah musik K-pop yang banyak diminati oleh remaja Indonesia.

Gambar dibawah menunjukkan bahwa tweet tentang K-Pop di seluruh dunia daro tahun 2010 sampai 2021.



Gambar 4. Sumber:

<https://twitter.com/TwitterID/status/1420984995791863809?t=m0tPIvoiKtNaWUUxQf5LEQ&s=19>

Kurva Pertumbuhan Percakapan di Twitter tentang K-Pop (global) periode 2010-2021

Rasa bangga dan kepedulian melestarikan budaya kurang tertanam di generasi muda Indonesia saat ini. Minat mereka untuk mempelajarinya kurang. Remaja Indonesia lebih tertarik belajar kebudayaan asing. Faktor penyebab hal ini terjadi salah satunya adalah kurangnya informasi kekayaan yang dimiliki Bangsa Indonesia.¹¹

Dalam perkembangan globalisasi menimbulkan berbagai masalah dalam bidang kebudayaan, misalnya: hilangnya budaya asli suatu daerah atau suatu negara, terkikisnya rasa cinta udaya dan nasionalisme generasi muda, menurunnya rasa nasioanlisme dan patriotisme, hilangnya sifat kekeluargaan dn gotong royong,

¹¹<https://nasional.kompas.com/read/2008/11/26/17323361/~Oase~Cakrawala>

kehiangan kepercayaan diri dan gaya hidup kebarat-baratan.¹²Data Indonesia *Digital Report 2020*, oleh *We Are Social & Hootsuite*, pertahun 2019-2020 pengguna internet di Indonesia naik 17% (25 juta) dari tahun sebelumnya, dengan penetrasi internet mencapai 64%, tercatat ada 175,4 juta pengguna internet di Indonesia pada Januari 2020. Angka pengguna media sosial di Indonesia meningkat sebanyak 8,1% dari April 2019 ke Januari 2020, terdapat 160 juta pengguna media sosial di Indonesia pada Januari 2020. Data ini menunjukkan bahwa pengguna Internet di Indonesia sangat besar dan sebagian besar aktif dalam bermedia sosial, yang didominasi oleh remaja. selain data tersebut menunjukkan tuntutan dan kebutuhan, data-data tersebut juga menunjukkan bahwa akses internet yang luas pada anak-anak, dengan pengawasan yang minim.¹³

Rasa kemanusiaan para penggemar Kpop atau fans Kpop terbukti dalam aksi galang dana untuk berbagai permasalahan sosial yang terjadi di berbagai tempat. Hal ini mereka lakukan atas dasar kepedulian terhadap sesama. Hal ini dibuktikan dari sebuah fans K-Pop yang bernama BTSARMY_PEDULI di twitter, mereka melakukan galang dana untuk warga yang terdampak erupsi gunung Semeru.¹⁴

Kehadiran Kpop yang mulai menjadi sebuah trend membuat remaja Indonesia menjadi lebih mencintai budaya Kpop dari pada budaya mereka sendiri. Tak jarang mereka melupakan budaya negara sendiri. Hal ini menimbulkan pro dan kontra dikalangan masyarakat. Sebagian fans fanatik Kpop atau yang biasa disebut toxic, fans yang tidak mau mengalah membela idol mereka dan beberapa oknum yang

¹²Dyah Satya Yoga Agustina, PENURUNAN RASA CINTA BUDAYA DAN NASIONALISME GENERASI MUDA AKIBAT GLOBALISASI, Jurnal Sosial Humaniora, Vol 4 No.2, November 2011.

¹³ Citra Rosalyn Anwar, DKK. " Cyberbullying di kalangan Remaja Penggemar K-Pop, Universitas Negeri Makasar".

¹⁴<https://twitter.com/BtsarmyPeduli/status/1467357160732454912?t=UH7-2C-ob0uQN9kcmYbHvQ&s=08>

malah membuat panas keadan dengan menghina Kpop.¹⁵

Dari penelitian awal, komunitas ARMY 🇰🇷 방탄소년단 yang terbentuk pada 13 Juni 2018 yang beranggotakan 95 orang, komunitas NEOCITY AND NEOZEN yang terbentuk pada 12 Juni 2021 yang beranggotakan 97 anggota, komunitas ENHYPEN INODENESIA yang terbentuk pada 15 April 2021 yang beranggotakan 60 orang, komunitas TOMORROW X TOGETHER (MOA) yang terbentuk pada sekitar April 2019 yang beranggotakan 32 orang. Dari komunitas komunitas ini sering melakukan project-projek saat acara ulang tahun bias atau anniversary grup idol, etah itu berupa project vidio atau kegiatan aksi sosial, tak hanya itu, komunikasi antar anggota juga terjalin dengan baik, toleransi kekeluargaan, dan juga saling mengingatkan untuk melakukan ibadah sesuai dengan keyakinan yang mereka yakini. Tak jarang juga dari mereka yang lalai akan kewajiban mereka sebagai umat beragama karena terlalu sibuk dengan streaming, vote, atau konten yang dikeluarkan oleh idol mereka, dan juga ada sebagian dari mereka bersikap dan berkata yang tak selayaknya mereka katakan¹⁶.

Menurut Gay Hendrick dan Kate Ludeman dalam Ari Ginanjar terdapat beberapa sikap reigius, yaitu : Keujuran, keadilan, bermanfaat bagi orang lain, disiplin tinggi, keseimbangan, dan rendah hati.¹⁷

Karena beberapa masalah tersebut, peneliti memilih judul pengaruh persepsi remaja pada budaya K-Pop terhadap perilaku religius remaja muslim di Indonesia adalah karena ingin membuktikanadakah pengaruh budaya K-pop terhadap perilaku religius remaja Indonesia, persepsi keberadaan K-Pop bagi remaja Indonesia.

¹⁵<https://www.kompasiana.com/firdauzynurjuliatriaudria6696/6144a98e01019038f12f5472/pengaruh-budaya-kpop-dikalangan-remaja>

¹⁶ Grup WhatsApp

¹⁷ Ary Ginanjar Agstin, "Rahasia Sukses Membangkitkan ESQ power: Sebuah Inner Journey Melalui Ihsan", (Jakarta: ARGA, 2003), 249

B. RUMUSAN MASALAH

1. Apakah terdapat pengaruh Kpop terhadap perilaku religius remaja muslim Indonesia?
2. Bagaimana persepsi remaja terhadap keberadaan budaya Kpop ?

3. TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh Kpop terhadap perilaku religius remaja muslim di Indonesia.
2. Untuk mengetahui persepsi remaja terhadap Kpop.

4. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Akademis

Dalam bidang akademik, penelitian diharapkan mampu menambah pengetahuan dan dapat melengkapi penelitian terdulu.

2. Manfaat Praktis

Kegunaan penelitian ini secara praktis diharapkan dapat menjadi informasi bagi pembaca, penulis, dan belajar tidak memandang sebelah mata penggemar Kpop, dan juga diharapkan dapat menjadi referensi penelitian kedepannya.

5. HIPOTESIS PENELITIAN

Hipotesis merupakan dugaan yang digunakan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan di rumusan masalah atau masalah peneliti, dan hipotesis menjadi kebenaran yang dapat diterima secara sementara berdasarkan teori yang mendasarinya. Sebebelum kebenaran hipotesis diuji menggunakan data yang dikumpulkan maka belum bisa ditetapkan sebagai kebenarannya sebagai sebuah kebenaran yang mutlak atau yang kuat.¹⁸

¹⁸ S.Nasution, *Metode Research* (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), 41

Hipotesis penelitian merupakan dugaan yang perlu diuji lagi kebenarannya. Suhaimi Arikunto menyatakan bahwa hipotesis dapat diartikan sebagai jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian sampai terbukti melalui data yang telah diperoleh.¹⁹

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam kalimat pertanyaan. Hipotesis dikatakan jawaban sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Hipotesis juga bisa dikatakan sebagai jawaban empiris terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.²⁰

Adapun hipotesis yang penelitian ini ajukan adalah sebagai berikut :

H_0 = Tidak terdapat pengaruh persepsi remaja pada perilaku budaya Kpop terhadap perilaku religius remaja muslim di Indonesia.

H_1 = Terdapat pengaruh persepsi remaja pada perilaku budaya K-Pop terhadap perilaku religius remaja muslim di Indonesia.

6. PENELITIAN TERDAHULU

Tabel 1.1

Pemetaan Penelitian terdahulu

PENULIS, TAHUN	TUJUAN	SETTING DAN SAMPEL	RANCANGAN	HASIL UTAMA
Dina Khairunnisa, 2019	Dapat mengetahui pengaruh budaya K-pop terhadap perilaku sosial Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Fakultas	Universitas Islam Syarif Hidayatullah Jakarta, Kecamatan Ciputat, Kota Tangerang Selatan, Kabupaten Tangerang. Subyeknya Mahasiswa UIN	Metodologi yang digunakan metode kualitatif.	Budaya Kpop dapat mempengaruhi interaksi sosial mahasiswa melalui gaya pertemanan yakni budaya Kpop membuat mahasiswa lebih memilih bergau

¹⁹Ridwan, *Dasar – Dasar Trastistik*, (Bandung: Alfabeta, 2003), 164

²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*(Bandung: ALFABETA CV,2016), 64

	FITK Jurusan Pendidikan IPS.	Syarif Hidayatullah yang menyukai Kpop.		dengan mereka yang menyukai dunia Kpop karena mereka lebih merasa nyaman dan nyambung dalam bergaul dengan hobi dan kegemaran yang sama dan dengan menyukai Kpop mereka lebih banyak memperoleh teman baik di dunia nyata maupun di dunia media.
Dr. Citra Rosalyn Anwar, Sos, M.Si, 2018	untuk memberikan gambaran fenomena K-Pop dari para mahasiswa terutama dengan gencarnya stereotype negative K-Pop di Masyarakat. Pemaknaan ini penting untuk dipaparkan sebab, label negative yang dilekatkan pada K-Pop, membuat para K-Popers terutama mahasiswa yang masih terbilang remaja, mengalami <i>'pembullying'</i> hingga pertentangan dalam keluarga.	Mahasiswa K-Popers di Makassar.	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, dengan menggunakan pandangan Interaksi Simbolik.	Menampilkan hasil penelitian Konsep diri Mahasiswa K-Popers (penggemar K-POP) memaknai simbolisasi yang dibawa oleh K-Pop. Mahasiswa memaknai symbol-simbol yang ditampilkan oleh K-Pop, dengan berbagai pemahaman yang justru berbanding terbalik dengan stereotype yang berkembang di Masyarakat dengan K-Pop, meskipun memahami K-Pop tetap memiliki sisi negatif namun para narasumber masih mampu memilah mana yang menurut mereka sesuai dengan diri mereka.
Anisa Nur Andina, 2013	mengetahui dan mendapatkan informasi tentang faktor2 yg mempengaruhi minat remaja	sleman (dilingkungan tempat tinggal peneliti). Subyek : Mahasiswa dan mahasiswi dari berbagai fandom.	peneliti menggunakan deskriptif kualitatif.	dari hasil penelitian yang dilakukan dengan wawancara peneliti mendapatkan kan hasil dari wawancara

	yogyakarta khusunyadi Daerah sleman untuk mengonsumsi musik kpop.			: 1. stimulasi emosional(senang, marah, sedih, 2. stimulasi kognitif (mood, bahasa asing). 3. faktor situasional k-pop bisa menjadi sarana yang baik untuk mendapatkan banyak teman. 4. penggemar musik k-pop bertambah jumlahnya dikarenakan ketertarikan remaja terhadap variasi musik mereka sehingga tidak hanya melakukan pembelian album untuk mengonsumsi musik namun mereka juga mengonsumsi dengan berbagai macam cara. Misalnya membeli merchandise. 5. Musik k-pop bisa membangkitkan perasaan senang maupun sedih. 6. musik bisa menjadi mental message atau sarana pemulihan jiwa yang mungkin sedang dalam kondisi kurang baik
Ratna Sri Hayati,	Untuk mengetahui dan menjelaskan secara lebih mendalam Bagaimana perilaku komunitas Army di kota Bandung sebagai	Kota Bandung (sekitar tempat tinggal peneliti). Subyek : Army(Fandom dari BTS).	peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif.	hasil penelitian ini Ketika wilayah panggung depan yaitu, ketika para Army berkumpul kami berusaha menampilkan sosok sebagai penggemar Bangtan Sonyeondan

	<p>penggemar boyband Bangtan Sonyeondan (BTS).</p>			<p>lengkap dengan atributnya. Di wilayah panggung tengah, segala perlengkapan Army dipersiapkan, di area panggung belakang seorang Army cenderung menunjukkan sifat aslinya kontra dari sifat ketika mereka berada di panggung depan.</p>
<p>Ida Ri'aeni, Musiam Suci, Mega Pertiwi, Tias Sugiarti. 2019</p>	<p>Mengetahui pengaruh budaya Korea (Kpop) dan dampak yang ditimbulkannya dari fanatisme budaya Korea terhadap remaja Cirebon.</p>	<p>Remaja berusia 15-18 tahun, siswa SMA Cirebon penggemar Kpop.</p>	<p>Jenis Penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian deskriptif kualitatif.</p>	<p>Pengaruh budaya Kpop terhadap remaja Cirebon adalah mengikuti komunitas Fans Kpop selanjutnya, mengikuti aktivitas komunitas, atau informasi yang ada dalam group tersebut. Para remaja pun menjadikan hal-hal yang berbau Korea sebagai hal yang menarik untuk dicoba. Meski pada akhirnya mereka mengaku lebih menyukai budaya khas Indonesia dan masih mengenal budaya lokal Cirebon.</p>
<p>Amalia Izzati, Ade Armando, 2014.</p>	<p>Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh musik populer Korea tersebut terhadap gaya hidup remaja diberbagai aspeknya mengingat peredaran musik</p>	<p>Subyek : 5 informan (3 Pelajar dan 2 Mahasiswa).</p>	<p>Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data primer terlebih dahulu dengan melakukan</p>	<p>Mayoritas para remaja menyukai Kpop (musik korea) karena pengaruh dari teman-teman yang banyak menyukai musik korea, selain itu juga dari siaran TV, internet, Youtube. Kebanyakan dari mereka</p>

	<p>Korea sangat meluas dan hampir setiap orang tahu akan keberadaan musik populer tersebut serta semakin menjamurnya konsep penampilan artis yang serupa dengan Korea.</p>		<p>wawancara kepada informan.</p>	<p>berpenampilan juga terinspirasi dari gaya penampilan artis-artis penyanyi Korea tersebut. Mulai dari Make up, gaya berpakaian dan hal-hal yang berkaitan dengan Korea.</p>
<p>Ilvi Nur Diana, 2016.</p>	<p>Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh budaya K-pop terhadap gaya hidup mahasiswa pendidikan IPS (ICP) FITK Universitas Islam Negeri Maulana Maliki Ibrahim Malang, pengaruh budaya Kpop terhadap pandangan politik mahasiswa pendidikan IPS (ICP) FITK UIN Maulana Maliki Malang.</p>	<p>UIN Malik Ibrahim Malang. Subyek : Mahasiswa UIN Ibrahim Malang.</p>	<p>Untuk membetuk model analisis path mengacu pada atau berdasarkan Theor of. Teori yang digunakan adalah teori budaya K-pop untuk gaya hidup dan pengaruhnya pada pandangan politik mahasiswa.</p>	<p>Pengaruh budaya Kpop pada gaya hidup Mahasiswa di ilmu sosial Departemen pendidikan (ICP) FITK UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Berdasarkan tes statistik budaya K-pop secara langsung mempengaruhi gaya hidup mahasiswa mencapai 0,879, atau 87,9%. Dan faktor-faktor lain yang mempengaruhi gaya hidup variabel mahasiswa adalah sekitar 26,3%. Hal ini konsisten dengan fakta-fakta di lapangan, ermasuk perilaku mengkonsumsi siswa dalam budaya K-pop seperti mengumpulkan poster atau foto-foto artis Korea dan suka makan makanan ala Korea. Ini menunjukkan bahwa budaya Kpop di UIN Maliki Malang, Terutama kelas E</p>

				(program ICP) telah dinikmati oleh siswa meskipun termasuk kaegori rendah.
Tutut Ari Yuliasuti, 2017	Untuk mengetahui pengaruh budaya Korean Wave terhadap perilaku konsumen di Bandar Lampung.	Bandar Lampung (Sekitar tempat tinggal peneliti). Subyek : Para penggemar atau penikmat hallyu di Bandar Lampung	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif yang digunakan untuk menganalisa data yang telah berkumpul sebagaimana adanya tanpa ada maksud membuat kesimpulan yang umum atau generalisasi.	Hasil analisis data dan pengujian hipotesis diperoleh nilai koefisien determinasi R^2 sebesar 0,410 (41,0%), yang menunjukkan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh budaya Korean wave sebesar 41,0% dan sisanya 59,0% dipengaruhi oleh faktor lainnya. Dan dilihat dari ttabel (1,660), thitung hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya Korean wave (8,260) berpengaruh terhadap perilaku konsumen di Bandar Lampung
Yeni Nur Taqwin, 2016.	1. Untuk mengetahui apa saja modal utama yang dimiliki oleh komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi 2. Untuk mengetahui faktor apa saja yang melatarbelakangi komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi. 3. Untuk mengetahui apa saja sumber	Komunitas Kpop di Surabaya Subyek : komunitas ELF Surabaya yang terdaftar sebagai anggota dan memiliki <i>ID Card</i> serta anggota yang bergabung dalam komunitas ELF Surabaya melalui <i>facebook</i> maupun <i>twitter</i> .	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif yang bermaksud menggambarkan tentang perilaku penemuan informasi pada komunitas ELF Surabaya.	Modal utama yang dimiliki oleh komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi yang paling mendominasi yaitu modal material dan modal sosial. Modal material menunjukkan tentang sejumlah anggaran yang dihitung untuk memenuhi kebutuhannya sebagai komunitas ELF Surabaya. Modal sosial menunjukkan tentang dukungan

	<p>informasi yang digunakan komunitas ELF Surabaya sebagai penemu informasi yang berorientasi pada kehidupan sehari-hari.</p> <p>4. Untuk mengetahui bagaimana perilaku komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi yang dibutuhkan</p>			<p>kondisi lingkungan sosial dalam hal ini teman memiliki peran penting dalam memberi dukungan satu sama lain untuk menyukai sesuatu yang sama yaitu kegemaran terhadap <i>boyband</i> S uper Junior.</p>
<p>Inayatul Mahmudah, 2015.</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak budaya Korean Pop terhadap penggemar dalam persepektif keberfungsian sosial.</p>	<p>Lokasi : Salah satu komunitas EXO-L di Yogyakarta. Subyek : Admin Komunitas, anggota komunitas, dan non komunitas.</p>	<p>Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Pengambilan informasi menggunakan teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data yang digubakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi.</p>	<p>Hasil dari penelitian ini menelaskan bahwa budaya Kpop terhadap penggemar yaitu adanya dampak positif dan negatif. Adanya dampak positif seperti meningkatnya aktualitas diri para penggemar, meningkatnya hubungan sosial para sesama penggemar dengan adanya komunitas Kpop tersebut, terciptanya ide kreatif dari penggemar seperti membuka usaha dan berjualan barang-barang terkait Kpop sehingga mereka mampu memenuhi kebutuhan hidup mereka. Sedangkan dampak negatifnya</p>

				yaitu Kpop bisa membuat seseorang melupakan dan mengkesampingkan kehidupan nyata, mengalami kecemburuan yang tak wajar, emosi yang tidak stabil.
--	--	--	--	--

Sumber : Diolah oleh peneliti

7. DEFINISI OPERASIONAL

1. Perilaku religius

Menurut Nurcholis Madjid, religisitas adalah tingkah laku yang sepenuhnya dibentuk oleh kepercayaan kepada kegaiban atau alam lain, yaitu kenyataan-kenyataan yang supra-empiris. Ia melakukan sesuatu yang empiris sebagaimana layaknya, tetapi ia meletakkan nilai sesuatu yang empiris dibawah supra empiris.²¹

Religiusitas berasal dari kata *religi* (latin) atau *relegre*, yang berarti membaca dan mengumpulkan. Menurut Nasution *relegre* yang berarti mengikat²². Kata *religi* atau *relagre*. Kata *relagre* mempunyai pengertian dasar “berhati-hati”, dan berpegang pada norma-norma atau aturan secara ketat. Dalam arti bahwa *religi* tersebut merupakan suatu keyakinan, nilai-nilai dan norma-norma hidup yang harus dipegangi dan dijaga dengan penuh perhatian, agar jangan sampai menyimpang dan lepas.

Kata *religi* pada dasarnya mempunyai pengertian “keyakinan akan adanya kekuatan ghaib yang suci, yang menentukan jalan hidup dan mempengaruhi kehidupan manusia, yang dihadapi secara hati-hati dan diikuti jalan-jalan dan aturan-aturan serta norma-norma secara ketat, agar tidak sampai menyimpang dan

²¹Ibid.

²²Abdullah, I. dan Jalaluddin, “*Filsafat Pendidikan : Manusia, Filsafat dan Pendidikan*”, (Jogjakarta: AR-RUZZ MEDIA, 2007)

lepas dari kehendak atau jalan yang telah ditetapkan oleh kekuatan ghaib yang suci”²³.

Pengertian religiusitas berdasarkan dimensi-dimensi yang dikemukakan oleh Glock dan Stark adalah seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa tekun pelaksanaan ibadah dan seberapa dalam penghayatan agama yang dianut seseorang²⁴. Terdapat lima macam dimensi religiusitas menurut Glock dan Stark yaitu, dimensi keyakinan (religious belief), dimensi peribadatan atau praktek agama (religious practice), dimensi pengalaman (religious feeling), dimensi intelektual dan pengetahuan agama (religious knowledge), dimensi penerapan (religious effect)²⁵.

2. Remaja

Dalam ilmu kedokteran dan ilmu-ilmu yang lain terkait (seperti Biologi dan Ilmu Fal) remaja dikenal sebagai suatu tahap perkembangan fisik yaitu, masa alat-alat kelamin manusia mencapai kematangannya. Masa Pubertas (atau disebut juga masa puber) seperti berawal dari haid atau mimpi basah yang pertama. Tetapi, pada usia berapa persisnya masa pubertas ini dimulai sulit diterapkan, oleh karena cepat lambatnya haid atau mimpi basah sangat tergantung pada kondisi tubuh masing-masing individu.²⁶

Fase remaja merupakan segmen perkembangan individu yang sangat penting, yang diawali dengan matangnya organ-organ fisik (seksual) sehingga mampu bereproduksi. Menurut Konopka (Pikunas, 1976) masa remaja meliputi (a) remaja awal: 12-15 tahun ; (b) remaja madya: 15-18 tahun, dan (c) remaja akhir: 19-22 tahun. Sementara Salzman mengemukakan, bahwa erupakan masa

²³Muhaimin, Abdul Mujib dan Jusuf Mudzakir, “*Kawasan dan wawasan Studi Islam*”, (Jakarta : Kencana, 2005), 34.

²⁴Djamaluddin Ancok dan Fuat Nashori Suroso, Psikologi Islami, (Yogyakarta: Pustaka pelajar,2005), 76-77

²⁵Ibid,. 77

²⁶Sarlito W. Sarwono, *Psikologi Remaja*, (Jakarta: PT RAJAGRANFINDO PERSADA,2013), 8-9.

perkembangan sikap tergantung (dependence), minat-minat seksual, perenungan diri, dan perhatian terhadap nilai-nilai estetika dan isu-isu moral.

Dalam budaya Amerika, periode remaja dipandang sebagai masa “Strom & Stress”, frustrasi dan penderitaan, konflik dan krisis penyesuaian, mimpi dan melamun tentang cinta, dan perasaan teralienasi (tersisihkan) dari kehidupan sosial budaya orang dewasa (Lustin Pikumas, 1976).²⁷

3. Budaya K-pop

Kebudayaan atau budaya menyangkut keseluruhan aspek kehidupan manusia baik materiel maupun nonmateriel. Sebagian besar ahli yang mengartikan kebudayaan seperti ini kemungkinan besar sangat dipengaruhi oleh pandangan evolusionisme, yaitu suatu teori yang mengatakan bahwa kebudayaan itu akan berkembang dari tahapan yang sederhana menuju tahapan yang lebih kompleks.²⁸

Kpop singkatan dari Koran Pop 케이팝 adalah jenis musik populer yang berasal dari Korea Selatan. Banyak artis dan kelompok musik pop Korea sdah menembus batas dalam negeri dan populer di mancanegara. Kegandrungan akan musik K-pop merupakan bagian yang tak terpisahkan dari Demam Korea (Korean Wave) di berbagai negaraa

²⁷Syamsu Yusuf LN, *PSIKOLOGI PERKEMBANGAN ANAK DAN REMAJA*, (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2012), 184.

²⁸Ibid. Hlm. 28