

## Konstruksi Penggemar Rokie Group K-Pop Treasure Terhadap Pemanfaatan Group Line “Gift for Treasure”

Agnes Sandera Pangerti Regita<sup>1)</sup>, Katon Galih Setyawan<sup>2)</sup>

1, 2) S1 Pendidikan IPS, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia

### Abstrak

Korea Selatan merupakan salah satu negara Asia yang memanfaatkan teknologi sebagai sarana pertukaran informasi budaya. Salah satunya dengan didebutkan Group Rookie yakni group idol K-Pop baru yang berhasil menarik perhatian khususnya remaja. Dengan didukung perkembangan teknologi yang sangat berkembang menjadikan teknologi adalah sebuah fasilitator penghubung antara remaja dengan idol salah satunya dengan pengadaan group line. Group line ini dibuat sebagai wadah fans untuk mengirimkan hadiah kepada idolnya sebagai bentuk dukungan serta komunikasi antara idol dan fans. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui konstruksi realitas sosial yang terbentuk pada remaja penggemar K-Pop dan Kontekstualisasi Konstruksi Sosial dalam Pembelajaran IPS. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan konstruksi sosial Berger dan Luckmann. Analisis data dilakukan sesuai dengan konstruksi sosial yang dapat dipahami melalui proses identifikasi dari eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya konstruksi yang berbeda dari tiap individu dengan tingkatan informasi dan pengalaman dari individu tersebut. Melalui proses dialektika remaja fans group idol ingin mendapatkan perhatian lebih dari sang idola. Namun kini mereka menyadari bahwa tujuan mereka adalah mendukung. Mereka juga sadar akan realitas kehidupan nyata sebagai pelajar dan melakukan hal tersebut hanya sebagai hobby dan juga untuk mencari jaringan pertemanan yang lebih luas serta saling berbagi informasi dengan remaja dari daerah lain. Dengan adanya wadah kecil seperti ini dapat menjadikan remaja sebagai contoh bagi penggemar lain agar lebih bijak untuk berkomunikasi di sosial media dan juga sadar akan tindakan yang seharusnya tidak dilakukan agar masyarakat membangun opini yang baik tentang penggemar group idol K-Pop. Sumbangsih penelitian ini juga dapat dimasukan dalam KI dan KD Ilmu Pengetahuan Sosial yang terkait dalam hal ini yakni peneliti menggunakan Kompetensi Dasar tentang Memahami Kehidupan Sosial Manusia. Sehingga pada proses pembelajaran peserta didik dapat menggerakkan kemampuannya untuk melihat fenomena yang ada di sekitar terutama informasi yang mereka dapatkan melalui media. **Kata Kunci:** konstruksi realitas sosial, group line, remaja, pemanfaatan

### Abstract

South Korea is one of the Asian countries that uses technology as a means of exchanging cultural information. One of them was the debut of the Rookie Group, a new K-Pop idol group that managed to attract attention, especially teenagers. Supported by highly developed technological developments, technology is a liaison facilitator between teenagers and idols, one of which is the procurement of group lines. This group line was created as a forum for fans to send gifts to their idols as a form of support and communication between idols and fans. The purpose of this study is to determine the construction of social reality that is formed in adolescent fans of K-Pop and the Contextualization of Social Construction in Social Studies Learning. This research uses descriptive qualitative method with Berger and Luckmann social construction approach. Data analysis is carried out in accordance with social constructions that can be understood through the identification process of externalization, objectification and internalization. The results of this study indicate that there are different constructions of each individual with the level of information and experience of the individual. Through a dialectical process, young idol group fans want to get more attention from the idol. But now they realize that their goal is support. They are also aware of the reality of real life as students and do this only as a hobby and also to find a wider network of friends and share information with teenagers from other regions. With a small forum like this, teenagers can serve as examples for other fans to be wiser in communicating on social media and also be aware of actions that should not be taken so that people build good opinions about fans of K-Pop idol groups. The contribution of this research can also be included in the KI and KD of Social Sciences which

*are related in this case, namely researchers using Basic Competence on Understanding Human Social Life. So that in the learning process students can move their ability to see the phenomena around them, especially the information they get through the media.*

**Keywords:** *social reality construction, group line, adolescent, utilization*

**How to Cite:** *Regita A.S.P. Katon Galih Setyawan (2022). Konstruksi Penggemar Rokie Group K-Pop Treasure Terhadap Pemanfaatan Group Line "Gift For Treasure". Dialektika Pendidikan IPS, Vol 2 (2): halaman 81-91*

## **PENDAHULUAN**

Budaya populer atau yang sering disebut dengan *pop culture* saat ini telah menyebar luas ke berbagai belahan dunia. Saat ini, kehadirannya telah mampu menarik perhatian masyarakat dengan beragam jenisnya. Budaya ini juga dianggap sebagai kebudayaan industry yang mempunyai dampak besar bagi negara-negara berkembang yang masih belum punya dasar industry yang kuat dan kokoh (A. Clark 2007 : 7-9 ). Mulai budaya barat seperti Amerika dan Eropa hingga budaya timur seperti negeri Jepang dan Korea.

Korea selatan merupakan salah satu negara Asia yang memanfaatkan teknologi sebagai sarana pertukaran informasi budaya mereka. Istilah Korean wave atau kpop bukan lagi menjadi hal baru di Indonesia. Korean wave mulai dikenal di Indonesia setelah mewabahnya drama, musik, dan fashion mereka di hampir semua kalangan. Di Industri musik Korea, semakin hari semakin banyak bermunculan penyanyi atau grup musik baik laki-laki ataupun perempuan. Musik yang telah di produksi kemudian masuk ke Indonesia dan menarik atensi masyarakat sehingga menimbulkan banyak reaksi. Promosi album musik dilakukan oleh perusahaan rekaman di Korea Selatan dengan mem-blow-up musik mereka melalui media internet. Saat ini juga banyak group rookie baru dari korea yang berhasil menarik perhatiannya di pasar internasional terlebih cukup terkenal di Indonesia yakni seperti TxT,Enhyphen,Straykidz dan juga Treasure serta masih banyak yang lain. Group-group ini dibentuk melalui ajang pencarian bakat yang diadakan oleh suatu agensi besar di korea selatan.

Group Rookie sendiri merupakan sebuah boy group yang baru saja debut atau baru bergabung dengan industri di korea. Agensi besar maupun agensi kecil berlomba-lomba untuk mengeluarkan group baru mereka dengan cara audisi seperti ajang pencarian bakat yang nantinya akan di seleksi. Yang baru-baru ini cukup menarik perhatian adalah ajang pencarian bakat yang ditayangkan disuatu platform korea bernama "VLIVE" yang diadakan oleh agensi besar di korea "YG Entertainment". Acara tersebut bernama YG Treasure Box yang diikuti oleh beberapa Remaja Laki-laki dari korea dan dari jepang.dalam acara ini mereka berlomba lomba untuk menjadi yang terbaik. Dalam acara tersebut akan menseleksi anggota yang nantinya akan di debutkan. Acara ini dimulai pada tahun 2018 hingga tahun 2019 namun boygroup yang didebutkan pada tahun 2020 silam. Kini boygroup tersebut sudah debut pada Agustus 2020 dengan 12 anggota dan memiliki fans internasional termasuk di Indonesia.

Perkembangan teknologi seiring zaman semakin maju dalam memudahkan pekerjaan manusia. Hambatan berupa waktu dan jarak dengan seketika dapat diatasi dengan menggunakan sebuah media komunikasi,salah satunya smartphome. Melalui smartphome memungkinkan konunikasi dapat terjadi secara langsung. Salah satu aplikasi smartphome untuk menunjang kebutuhan ini adalah Line. Bentuk komunikasi yang ditawarkan Line berupa private chat dan juga group discussion (group Line). Karena group line dapat menampung banyak anggota hal inilah yang membuat Line banyak digunakan pada penggemar K-Pop untuk berinteraksi dengan sesama penggemar lainnya.

Penulis meleliti tentang pemanfaatan group line yang digunakan oleh Group Treasure Indonesia ini karena penulis melihat bahwa para penggemar dari boy group tersebut adalah Remaja. Menurut admin sekaligus ketua dari group Treasure Indonesia, 60% dari anggotanya adalah remaja dan sisanya dewasa. Seperti yang kita ketahui, Sekitar satu milyar atau tiap satu dari 6 penduduk di dunia adalah remaja sebanyak 85% dan diantaranya hidup di negara berkembang. Saat ini jumlah remaja di Indonesia sangat berkembang pesat (Dewi 2012). Remaja didefinisikan sebagai individu yang sedang mengalami perubahan dari masa anak-anak menuju dewasa yang ditandai dengan kecepatan pertumbuhan dan perkembangan fisik,mental emotional serta sosial (Suwarsono 2010).

Remaja merupakan golongan yang mampu menerima budaya apapun terutama budaya Korean wave atau yang kita kenal sebagai K-Pop. Kehadirannya juga dapat membuat remaja mengidolakan suatu tokoh,biasanya kalau penggemar group seperti ini mereka menyebutnya dengan sebutan “Bias”. Fanatisme terhadap tokoh tersebut akhirnya mampu mengidentifikasi remaja untuk berperilaku seperti tokoh tersebut ataupun mengimplementasikan dalam kehidupannya ataupun melakukan sesuatu hal yang extra dengan berkomunikasi dengan idolanya langsung melalui gift yang mereka berikan pada idola. Kehadiran sosial media menjadi fasilitator penghubung antara remaja dengan Idol. Banyak cara yang digunakan untuk bisa berinteraksi dengan idola mereka seperti Twitter dan Weverse. Setiap informasi yang diterima remaja setelah mendapat berita update tentang idolanya tentunya akan membuat remaja memunculkan beberapa spekulasi dari berita tersebut. Spekulasi yang dimunculkan nantinya akan membuat remaja menciptakan realitas sosial dalam kehidupannya.

Realitas sosial merupakan konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu. Individu bukanlah sosok dari korban sosial, namun merupakan mesin produksi sekaligus reproduksi yang kreatif dalam mengkonstruksi dunia sosialnya. (Burhan Bungin,2003:4). Saat ini memang banyak group-group besar dari korea selatan yang juga terkenal di Indonesia namun lambat laun kurang diminati remaja karena umur mereka yang terlalu tua. Remaja saat ini beberapa banyak yang menyukai group-group baru karena umur mereka yang seumuran,jadi mereka merasa mengidolakan teman yang sebaya dengannya. Dengan paras dan visual yang menarik dan nyaris sempurna itu menjadi daya Tarik bagi remaja. Tidak hanya parasnya saja mereka juga memiliki segudang bakat.

Dalam penelitian ini penulis mengambil objek Group Treasure Maker Indonesia . group ini merupakan group line dengan memiliki 432 anggota yang secara khusus dimasukan admin untuk menjadi anggotanya dengan undangan. Di dalam group ini juga memiliki benefit-benefit yakni bisa mengirim surat secara pribadi ke idol mereka dan juga mengirim hadiah kepada idol mereka. Penelitian ini menggunakan teori konstruksi realitas sosial digunakan untuk menganalisa realita yang diciptakan individu melalui apa yang telah dilihat. Realita yang sudah tercipta kemudian akan ditafsirkan dan tidak menutup kemungkinan akan diaplikasikan dalam kehidupan (Mc.Quail,2011:110).

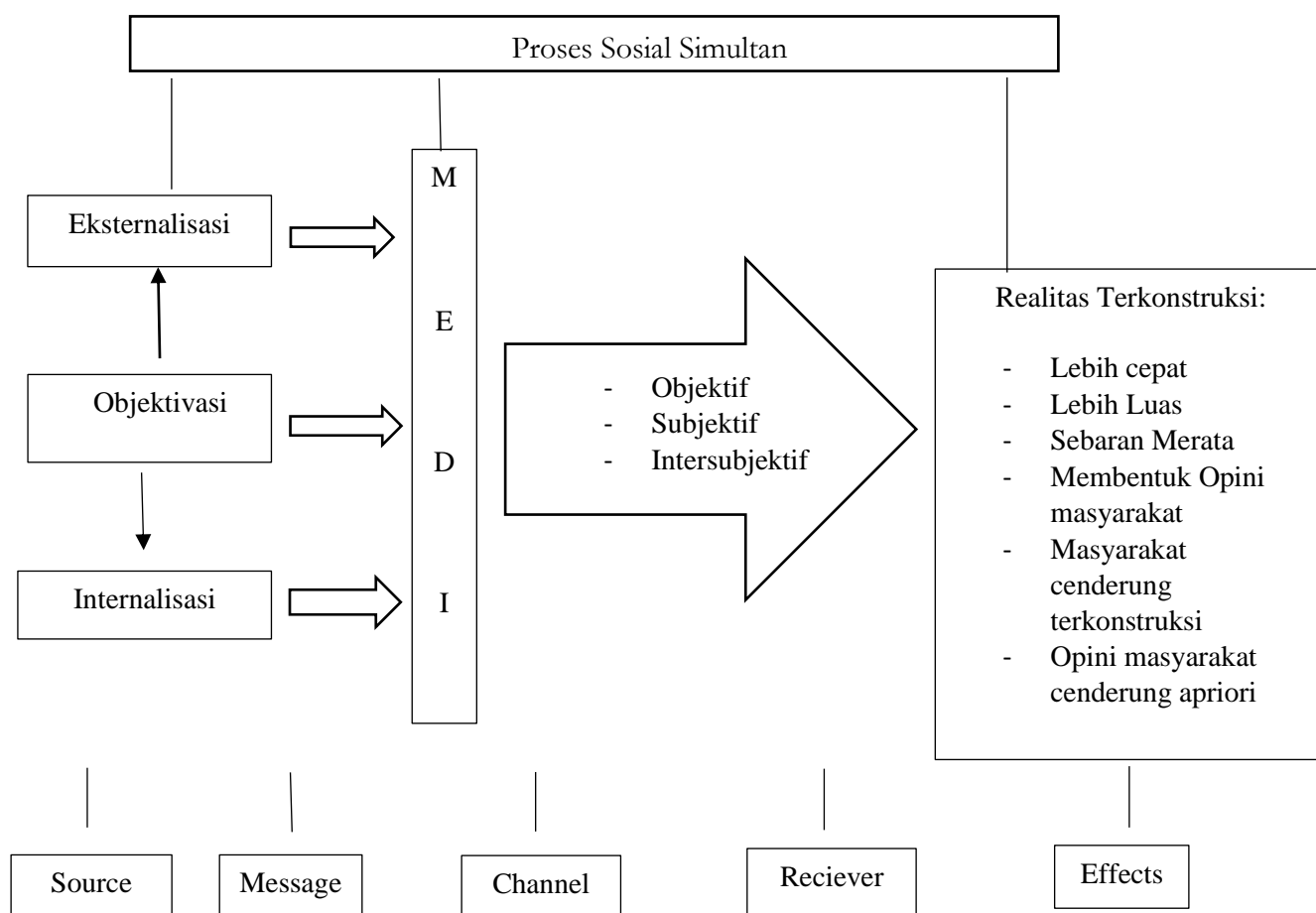
Sebelumnya telah banyak muncul penelitian tentang K-Pop. Kebanyakan dari penelitian tersebut berfokus pada dampak terhadap tingkah laku. Misalnya saja pada penelitian yang dilakukan oleh Ririn Purba dan Nuzuel Solekhah dari Balai Besar Penelitian dan Pengembangan Pelayanan Kesajahteraan Sosial (B2P3KS) Kementrian Sosial RI yang melakukan penelitian dengan judul “Ketidaksetiakawanan Fans K-Pop di Era Digital” (The Solidarity of K-Pop fans in the Digital Era). Penelitian tersebut menggunakan teori fenomenologi yang kala itu juga marak di kalangan remaja. Dalam penelitian tersebut membahas bagaimana bentuk ketidaksetiaan fans K-Pop di era digital. Bentuk ketidaksetiaan tersebut yakni bagaimana fans memahami konsep keluarga dan teman sesama fans. Perebedaan penelitian ini dengan penelitian tersebut yakni penelitian ini berfokus pada

konstruksi sosial yang dibangun dengan melihat fenomena Remaja Penggemar Rokie Group Treasure Indonesia yang menepatkan partisipan yakni remaja sebagai subyek yang menjadi actor sosial dalam kehidupan sehari-hari.

Penelitian ini bermanfaat untuk masyarakat terutama golongan remaja untuk tidak pandang sebelah mata oleh karena mereka fans idol. Karakteristik remaja yang mulai terpengaruh oleh budaya Korea mungkin saja dapat mempengaruhi pola pikir serta perilaku yang memungkinkan mereka untuk mengimplementasikannya dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini juga selaras dengan kompetensi dasar dalam pembelajaran IPS pada kelas VII Semester 1 tentang memahami kehidupan sosial yakni interaksi sebagai dari proses sosial, sosialisasi sebagai proses pembentukan kepribadian serta bentuk dan proses dari interaksi tersebut. Maka, penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan kontekstualisasi dalam pembelajaran IPS untuk meminimalisir miss konsepsi pada pelaksanaan Pembelajaran IPS. Berdasarkan penjabaran diatas, peneliti tertarik untuk mengambil judul Konstruksi Sosial Pemanfaatan Grup Line “Gift & FanLatter” (Studi Remaja Penggemar Rokie Group K-Pop Treasure Indonesia)

### **METODE PENELITIAN**

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan konstruksi realitas sosial. Penulis akan menggunakan penelitian berdasarkan fakta-fakta yang ada. Fakta tersebut nantinya akan dikaitkan dengan data-data yang didapatkan melalui observasi (partisipan), wawancara mendalam dan studi pustaka terhadap anggota group line “Gift&Fanlatter” yang masih tergolong remaja. Selain itu remaja itu sangat aktif dalam komunitas tersebut dan aktif juga mengikuti idola mereka. Pada saat penelitian peneliti sendiri yang akan menjadi salah satu instrument penelitian untuk menghasilkan data secara langsung dari beberapa informan. Penelitian ini diselenggarakan secara virtual melalui line call karena masa pandemic yang tidak memungkinkan untuk bertemu langsung, juga informan berasal dari berbagai daerah. Sumber data yang dibutuhkan pada penelitian ini yakni terdapat dua data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer yang dimaksud ialah pemilihan informan melalui wawancara yaitu salah satunya Admin Group dan juga 3 anggota group yang juga fans yang sudah memenuhi kriteria. Sedangkan data sekunder yang dimaksud adalah referensi tambahan dan dokumen yang dibutuhkan untuk menunjang data primer yang telah didapatkan. Penelitian ini menggunakan analisis data dengan metode konstruksi sosial dari Peter dan Thomas Luckmann. Data yang sudah di dapatkan dari hasil wawancara akan dianalisis menggunakan metode tersebut dengan maksud data yang telah didapatkan dari narasumber akan dijabarkan secara menyeluruh sesuai dengan proses terjadinya konstruksi realita sosial yang telah digambarkan dalam proses konstruksi sosial.



(Sumber: Burhan Bungin, 2008: 204)

Sebelum melakukan analisis data, Peneliti akan melakukan wawancara terlebih dahulu kepada informan. Setelah mendapatkan jawaban, kemudian peneliti membuat rekapan hasil wawancara dari informan. Selanjutnya, data yang telah disusun diuraikan lagi lebih mendalam dan terperinci hingga diperoleh suatu kesimpulan dari penelitian (Sugiyono, 2009: 29). Hasil dari data-data tersebut yang telah diuraikan akan diterapkan dengan proses konstruksi realitas sosial yang kemudian dijelaskan melalui proses sosial stimulan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Boy Group Rookie Treasure

Saat ini di Indonesia budaya korea telah menjadi budaya yang tidak asing lagi di telinga masyarakat dan saat ini dapat diterima dengan luas di kalangan masyarakat. Terlebih sejak tahun 2000 masyarakat telah kenal dengan idol-idol K-Pop. Eksistensinya dimulai dari BingBang, SNSD, Super Junior dll. Hingga mencapai puncak diatas tahun 2010 hingga saat ini. Kita mengenal saat ini BTS, BLACKPINK, EXO, Ikon yang telah besar namanya dan memiliki puluhan juta fans tidak hanya di Indonesia yakni telah mencapai seluruh dunia.

Kesuksesan dari generasi sebelumnya inilah yang membuat YG Entertainment yakni salah satu agensi besar di Korea Selatan untuk membuat sebuah ajang survival show yang berjudul "YG TREASURE BOX". YG TREASURE BOX sendiri merupakan ajang pencarian bakat untuk para remaja yang

nantinya bertujuan untuk mendebutkan mereka menjadi sebuah Group Idol baru di generasi saat ini. YG Treasure Box sendiri dimulai tahun 2018 ditayangkan di sebuah stasiun TV Korea dan sebuah aplikasi live yang bernama V LIVE dan acara ini ditayangkan seminggu sekali. Karena acara ini yang mengadakan sebuah agensi besar, banyak yang telah menanti-nantikan acara ini. Dalam tahapan mencari peserta, YG Entertainment melakukan berbagai audisi hingga terpilih 29 orang pada awalnya. 29 orang tersebut dibagi dalam setiap team sub unit yakni Treasure A, Treasure B, Treasure C dan Treasure J peserta tidak hanya dari Korea saja melainkan ada beberapa dari luar negeri seperti Jepang. Ajang pencarian bakat ini diikuti remaja yang sangat beragam yakni dari Trainee terlama agency hingga yang mengikuti audisi on the spot yang dilakukan oleh YG Entertainment. Jadi dalam ajang ini tidak mempengaruhi walaupun Trainee lama jika gagal tetap gagal. Trainee terlama dari ajang pencarian bakat ini bernama Bang Yedam. Bang Yedam sangat tidak asing dikalangan penggemar artis-artis YG. Ia sudah menjalani pelatihan sejak usianya 11 tahun hingga saat itu berusia 17 tahun merupakan anggota dengan masa trainee terlama dalam ajang ini.

Ajang ini berakhir pada tanggal 18 Januari 2019 akan tetapi Treasure tidak jadi debut pada tahun itu karena ada hal yang lain dan memulai debut pada tanggal 7 Agustus 2020. Sejak debut boy group rookie ini telah banyak menarik perhatian karena mengajarkan bahwa jika ingin mencapai sesuatu kita harus berkerja keras. Dan usaha mereka untuk debutpun akhirnya tercapai, dengan anggota berjumlah 12 orang yakni Hyunsuk , Jihoon , Junkyu , Jaehyuk , Bangyedam , Doyoung, Jeongwoo, Junghwan dan 4 anggota dari Jepang yakni Yoshi, Haruto, Mashiho dan Asahi. Mereka tidak hanya memaparkan visual saja, beberapa anggota sudah dikenal dan menjadi produser untuk lagu mereka sendiri. Mereka debut dengan lagu berjudul “BOY” dengan 90 juta view di platform Youtube Mereka telah memiliki 6 mini album dan 1 album utama dan semuanya telah sukses dengan penjualan tertinggi. Dengan suksesnya Treasure membuat treasure semakin di kenal hingga di Indonesia.

<https://www.youtube.com/channel/UCx9bXYOCvUYwrprEge4ZQHA> (diakses tanggal 3 juli pukul 17.00) Fans Indonesia dikenal sangat loyal untuk idolnya. Tidak hanya streaming online saja, melainkan melakukan hal yang lebih yakni membeli album dan mengirimkan hadiah kepada idolnya langsung.

### **Grup Line “Gift & FanLatter**

Peneliti memilih group rokiee Treasure ini karena peneliti melihat dampak yang cukup besar dan menarik untuk lebih dalam jika diteliti. Penelitian yang sejenis dengan ini sudah banyak dan kebanyakan dari boy group yang sudah dikenal luas di masyarakat namun Treasure merupakan grup baru yang berhasil menarik perhatian di banyak kalangan Remaja peneliti juga ingin mengetahui apa tujuan mereka bertindak lebih kepada sang idol dan bagaimana tanggapan dan reaksi orang tua mereka akan hal tersebut. Peneliti memilih objek kalangan remaja karena kaum tersebut sedang dalam usia yang di mana mudah mendapatkan informasi didukung juga media saat ini berkembang sangat pesat sehingga memudahkan mereka untuk mengakses berbagai konten menarik dari idolnya. Penelitian ini berfokus pada kategori remaja akhir. Remaja akhir merupakan golongan pada usia 17-20 tahun (Behreman, Kliegman, & Jensen, 2004). Remaja yang dipilih merupakan anggota group Line. Group line Gift & Fanlatter ini merupakan sebuah group para fans yang ingin mengirim sesuatu untuk idol. Tidak hanya mengirim saja didalamnya juga terdapat berita tentang idol mereka. Anggota dari komunitas ini sangat beragam dari usia 14 tahun hingga 26 tahun namun rata-rata anggota dalam Group ini berusia 17-20 Tahun. Group ini beranggotakan seluruh “Treasure Maker” yakni nama dari fans treasure dari seluruh penjuru Tanah Air. Namun mayoritas anggotanya banyak dari Jakarta dan wilayah Jawa Barat.

Aci menambahkan bahwa untuk masuk dalam Group ini tidak ada ketentuan khusus melainkan hanya untuk orang yang benar-benar ingin mengirim kepada sang idol. Saat ini anggota group yang masuk yakni sebanyak 486 anggota dan di dominasi oleh Remaja Perempuan. Oleh karena itu, peneliti mengambil objek remaja yang ada dalam grup ini. Kegiatan dalam group ini memang tidak hanya untuk itu saja, melainkan banyak yang dilakukan seperti saling berkomunikasi memberikan info, bertemu untuk berkumpul dengan perdomisilinya hingga mendukung idol mereka dengan cara VOTE agar menjadi juara di sebuah ajang Awards. Ada 4 responden yang telah diwawancarai oleh Peneliti. Informan pertama bernama Aci 19 tahun yang merupakan pendiri dari group line gift&fanlatter ia memulai membuat group ini pada bulan Januari dan ia merupakan admin pada group tersebut. Kemudian yang kedua bernama Stephanie berumur 18 tahun ia bergabung dengan group ini pada bulan maret selanjutnya yang ketiga bernama Allesandra berumur 18 tahun telah bergabung pada bulan february dan yang keempat bernama Lia berumur 18 tahun telah bergabung sejak awal terbentuknya group tersebut.

Penelitian ini berobjek pada remaja yang ada didalam group line gift & fanlatter oleh karena itu remaja dalam group ini juga memiliki faktor pendukung lain yaitu group itu sendiri. Berdasarkan hal-hal tersebut peneliti melakukan penelitian ini untuk mengetahui Bagaimana konstruksi sosial pembentukan group Grup Line Gift & FanLatter, serta bentuk komunikasi antar anggota, admin dan juga idol dan juga dampak positif dan negatif dari adanya pembentukan Grup Line Gift & FanLatter. Bentuk-bentuk komunikasi antar sesama fans dalam Grup Line Gift & FanLatter merupakan sebuah konstruksi sosial yang ada dalam masyarakat bahkan sekitar kita (dalam hal ini fans dari boy group Rookie Treasure). Meskipun hal-hal yang dilakukan mereka sebgai orang menganggap tidak penting dan membuang waktu tenaga pikiran namun tetap saja begitulah sebuah realitas yang tercipta dari seorang fans.

Berdasarkan penelitian kualitatif yang dilakukan peneliti, maka pada pembahasan ini dapat dianalisis dengan menggunakan teori konstruksi realitas sosial. Sebelumnya telah diuraikan mengenai teori tersebut. Hal tersebut dimaksudkan agar Peneliti mampu menjawab rumusan masalah yang ada. Pada pembahasan ini Peneliti akan menguraikan hasil dari temuan yang berada di lapangan dengan teori yang digunakan. Media merupakan alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Saat ini media sosial dikatakan sebagai pilar utama untuk berkomunikasi, di tambah dengan masa pandemic saat ini yang membuat ruang kita terbatas, peranan media sosial untuk saat ini sangatlah penting. Apapun yang dikonstruksikan media akan menyalurkan pesan yang dimana proses itu mampu memunculkan realitas yang dapat berpengaruh dalam kehidupan setiap individu. Kesamaan dalam tanggapan responden belum tentu memunculkan arti yang sama, sehingga penulis akan mencocokkan dan mengaitkan dengan teori yang digunakan.

Berangkat dari pesatnya pembaharuan media sosial, saat ini media sosial open chat Line banyak sekali beralih fungsi yang dapat kita gunakan seperti halnya pada sebuah Group Line yang sedang peneliti bahas yakni Group "Gift&FanLatter". Sebagai pengguna sosial peneliti ingin melihat bagaimana konstruksi sosial seperti apa yang di bangun oleh fans idol K-Pop. Untuk memperkuat temuan di lapangan peneliti terjun langsung dan bergabung dengan Group tersebut.

Idol K-Pop merupakan salah satu produk dari media dimana music, visual, personality dibuat secara semenarik mungkin untuk menarik perhatian fans. Kepopuleran Idol K-Pop yang identik dengan visual dapat menarik minat para remaja. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konstruksi realitas sosial apa yang dibangun oleh remaja penggemar Rookie Group Treasure, karena itu peneliti menggunakan teori konstruksi realitas sosial milik Peter L Berger dan Thomas Luckman untuk menjawab masalah yang ada.

Ada tiga tahapan dialektika yang digunakan untuk mengetahui apakah realitas yang dibentuk remaja penggemar rookie group Treasure dapat mempengaruhi remaja. Tiga tahapan tersebut adalah eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi. Penjabaran dari proses tersebut adalah sebagai berikut:

a. Eksternalisasi

Eksternalisasi, merupakan pencurahan dari diri manusia di dunianya sebagai fans idol K-Pop. Treasure adalah sebuah boy group Rookie yakni group yang baru namun berhasil menarik perhatian termasuk menari perhatian remaja. Salah satu Informan Allesandra mengatakan bahwa treasure memiliki warna yang berbeda dan unik dari antara Group idol yang lain. (wawancara 23 Agustus 2021 pukul 22.00 wib). Mereka merupakan group idol berjumlah 12 orang dengan 4 orang berasal dari Jepang. Bahkan sebelum debut mereka sudah banyak di kenal. Beberapa member So Junghwan dan Kim Jungkyu merupakan artis cilik dan Bang yedam salah satu trainee terlama mereka yakni 7 tahun juga berprestasi sebagai pemenang kedua K-pop season 2 member lain juga banyak yang sudah berkarya seperti Rapper Choi Hyunsuk dengan kolaborasinya dengan penyanyi Lee Hii sebelum treasure debut. Dari ajang survival show YG Treasure Box Informan belajar bahwa sesuatu hal dapat dicapai dengan kerja keras (wawancara 23 Agustus 2021 pukul 22.00 wib). Semua Informan yang diwawancarai peneliti sangat loyal untuk idol mereka hingga mengirimkan hadiah langsung kepada mereka. Tidak hanya musik mereka yang memang bagus namun konten entertainment reality show mereka juga menarik bagi para Informan, dan sangat menghibur Informan apalagi di masa pandemic saat ini.

b. Objektivasi

Objektivasi merupakan sumber hasil yang telah dicapai dari proses eksternalisasi tersebut baik secara mental maupun secara fisik. Hasil yang dicapai pada proses ini dirasakan langsung secara mental maupun secara fisik. Secara mental dapat dilihat pada salah satu Informan penulis mengatakan bahwa dengan menjadi fans idol K-Pop dapat membuatnya menjadi semangat dan tidak stress, memiliki banyak teman dari bergai daerah yang saling berbagi info baik mengenai idol mereka maupun di minta untuk menolong secara personal. Lalu tidak hanya mental saja secara fisik diketahui beberapa anggota dari group line ini telah berhasil mendapat perhatian dari member idol Treasure yakni dengan memakai barang yang telah mereka berikan responden aci mengatakan sebanyak 5 kali anggota dari groupnya telah mendapat perhatian dari member treasure secara langsung (wawancara 22 Agustus 2021 pukul 17.00 WIB).

c. Internalisasi

Internalisasi, merupakan dasar bagi pemahaman oleh individu dan orang lain serta pemahaman mengenai sesuatu yang bermakna dari kenyataan sosial. Pada proses ini diketahui remaja bahwa tidak ingin menjadi fans yang berlebih kedalam misal melakukan hal-hal yang dapat merugikan dan sang idol, namun mereka ingin untuk membangun relasi seperti memberikan bentuk dukungan kepada idolnya dengan cara yang bermanfaat. Dan selalu menerapkan pemikiran sehat dalam bertindak sesuatu.

Setelah melewati tiga tahapan tersebut dapat disimpulkan bahwa remaja sadar akan porsi dirinya sebagai fans. Menurut keempat Informan yang diwawancarai peneliti mereka memang ingin melakukan hal yang lebih dari hanya sekedar mengirim hadiah hanya saja mereka sadar tugas mereka yang utama adalah menempuh pendidikan dan menjadi anak-anak yang baik bagi orang tuanya. Idol yang mereka fans yakni Treasure dijadikan sebagai role model dalam kehidupan sehari-hari agar semangat dalam menjalani hidup dan nanti di kehidupan kelak mereka dapat sukses menurut cara mereka sendiri. Saat ini tujuan mereka yakni mencari teman dan relasi yang



banyak sambil mendukung idol mereka mengambil setiap dampak positif sebagai pembelajaran bagi pribadi masing-masing.

Fans Treasure adalah sebagian contoh kecil yang diambil peneliti sebagai sebuah gambaran fans Idol K-Pop group lain di Indonesia sendiri fans K-Pop saat ini sudah menjamur di kalangan masyarakat dan sudah tidak asing lagi. Hal-hal yang mereka lakukan juga beragam. Maka, konstruksi sosial yang terjadi dalam realitas masyarakatnya begitu beragam, yaitu :

- a. Pembentukan opini massa secara berkesinambungan namun berbeda-beda
- b. Banyaknya massa yang berkontribusi secara mayoritas untuk mempengaruhi masyarakat minoritas. Dalam hal ini tertuju pada hasil wawancara oleh keempat responden juga mengatakan bahwa mereka akan membantun relasi untuk memperkenalkan treasure agar lebih terkenal dan di ketahui masyarakat. Di dukung kecanggihan teknologi dan maraknya penggunaan sosial media sangat mudah hal itu dilakukan.
- c. Opini masyarakat yang ada memungkinkan munculnya kecenderungan pengambilan asumsi atau kesimpulan tanpa adanya kematangan pemikiran sebelumnya yang cenderung sinis. Dalam hal ini yang peneliti garis bawai yakni penggemar K-Pop di luar masih banyak yang belum sadar posisinya sebagai fans, dan masih banyak sekali di luar sana yang melakukan hal-hal yang merugikan dirinya, fans lainnya, atau merugikan idol tersebut.

Perbedaan-perbedaan tersebut pada akhirnya membuat para remaja yang ada di Group Line “Gift&Fanlatter” memutuskan untuk tidak bertindak hal-hal yang merugikan sama-sama belajar batasan baik dan buruk. Terlebih mereka sadar diusia mereka yang saat ini untuk fokus bersekolah dan membangun karir. Kegiatan fans idol ini hanya dijadikan hobi yang tidak membebankan masing-masing pribadi juga membentuk komunikasi dengan teman-teman dari bergai daerah.

### **Konstektualiasasi Pembelajaran IPS**

Pendidikan IPS merupakan synthetic science karena pada konsep, generalisasi dan temuan-temuan penelitian ditentukan atau diobservasi setelah adanya fakta yang terjadi. Informasi faktual tentang kehidupan sosial atau masalah-masalah yang terjadi dalam masyarakat dapat ditemukan dalam liputan media massa, karena media massa diyakini dapat menggambarkan realitas sosial dalam berbagai aspek kehidupan. Meskipun demikian, informasi atau pesan yang ditampilkan pada media seperti televisi, koran, dan internet setelah melalui suatu saringan dan seleksi pada individu untuk berbagai kepentingannya misalnya untuk hiburan, pengetahuan hingga pendidikan.

Terlepas dari berbagai kepentingan yang melatarbelakangi permunculan suatu informasi yang disajikan media massa maka tidak dipungkiri memang saat ini perkembangan media sudah tidak dielakkan lagi. Sementara itu, seiring dengan pesatnya teknologi akan membawa perubahan bergesernya peranan guru termasuk guru IPS sebagai penyampai pesan dan informasi. Adalah tidak berlebihan jika disebutkan bahwa media massa sangatlah berpengaruh dalam pendidikan IPS seperti temuan peneliti yaitu:

- 1) Media massa sangat berpengaruh pada proses sosialisasi
- 2) Banyak mengandalkan media untuk mencari informasi dari pada bertanya pada orang lain

**Hasil Penelitian Terkait Relevansi Pembelajaran IPS**

<b>Tindakan Penggemar</b>	<b>Relevansi Kompetensi Inti dan Kompetensi Dasar Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS) SMP/MTs</b>
Menyukai Boy Group Asal Korea Selatan “TREASURE”	Selaras dengan kompetensi inti 3 (Pengetahuan) Kelas VII 3. Memahami Pengetahuan (Faktual, Konseptual, dan Prosedural) berdasarkan rasa ingintahunya tentang ilmu pengetahuan, teknologi, seni budaya terkait fenomena dan kejadian tampak mata
Belajar Bahasa Asing yakni Bahasa Korea	Selaras dengan kompetensi inti 4 (Keterampilan) Kelas VII 4. Mencoba, mengolah, dan menyajikan dalam ranah konkret sesuai yang dipelajari di sekolah dan sumber lain yang sama dalam sudut pandang/Teori.
Komunikasi antar Negara Yakni yang dilakukan fans dengan idol group	Selaras dengan kompetensi dasar 4.2 kelas VIII yakni menyajikan hasil analisis tentang pengaruh interaksi sosial terhadap ruang yang berbeda terhadap kehidupan sosial dan budaya serta pengembangan kehidupan kebangsaan.
Terciptanya jaringan Komunikasi antar penggemar di seluruh Indonesia	Selaras dengan kompetensi dasar 4.2 kelas VIII yakni menyajikan hasil analisis tentang pengaruh interaksi sosial terhadap ruang yang berbeda terhadap kehidupan sosial dan budaya serta pengembangan kehidupan kebangsaan.
Jual beli barang koleksi penggemar	Selaras dengan kompetensi dasar 4.3 kelas VII yakni menjelaskan konsep ruang (lokasi, distribusi, potensi, iklim, bentuk muka bumi geologis flora dan fauna) dan interaksi antar ruang di Indonesia serta pengaruhnya terhadap kehidupan manusia Indonesia dalam aspek ekonomi, dan budaya dalam nilai dan norma serta kelembagaan sosial budaya.

Maka berdasarkan pemaparan dari Kompetensi Dasar Pembelajaran IPS penelitian ini selaras dengan Kompetensi Dasar tersebut yang dimana para fans idol dapat berinteraksi satu sama lain tidak hanya dengan idol mereka tetapi dengan sesama anggota mereka hingga membentuk sebuah konstruksi realitas sosial yang mereka bangun. Penelitian ini juga mampu memberikan kontribusi dalam pembelajaran IPS untuk meminimalisasi miss konsepsi pada pembelajaran IPS. Tidak menutup kemungkinan bahwa Siswa yang juga pada usia remaja memiliki rasa yang sama yaitu menyukai idol dari korea yang sama sehingga pada saat diberi tugas oleh guru siswa dapat berperan sebagai peneliti, analisis mereka dapat menganalisis informasi yang relevan dengan pembelajaran IPS dan melakukan pencarian pada media internet yang sesuai dengan realitas kehidupan nyatanya.

**KESIMPULAN**

Berdasarkan bagian pendahuluan telah diutarakan jika tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui konstruksi realitas sosial bentuk komunikasi serta dampak positif dan negatif yang muncul pada remaja dalam Group Line Gift & Fanletter penggemar rookie group Treasure. Hasil penelitian menunjukkan bahwa melalui proses dialektika, remaja sebagai fans group idol juga ingin

mendapatkan perhatian lebih dari sang idola, namun kini sudah menyadari bahwa tujuan mereka adalah mendukung. Mereka juga sadar akan tugasnya sebagai pelajar dan melakukan hal ini sebagai hobby saja untuk mencari kesenangan dan juga mencari jaringan yang luas untuk berteman. Dan juga saling berbagi informasi dengan remaja yang lain dari berbagai daerah.

Didukung dengan adanya internet dan banyak sosial media yang berkembang saat ini dengan mudah semua orang dapat mengakses informasi dan K-Pop saat ini juga telah menjamur di banyak remaja yang lain tidak hanya fans Treasure saja, namun dengan adanya wadah kecil seperti Group Line Gift & Fanletter ini dapat menjadikan wadah remaja untuk menjadi contoh bagi remaja penggemar Idol Group lain agar lebih bijak untuk berkomunikasi disosial media, dan juga sadar akan tindakan-tindakan yang tidak seharusnya dilakukan agar masyarakat atau pengguna sosial media lain juga beropini baik tentang remaja penggemar group idol K-Pop.

Sumbangsih dalam penelitian ini juga dapat dimasukkan dalam proses pembelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial yang terkait dalam hal ini yakni peneliti menggunakan Kompetensi Dasar tentang Memahami Kehidupan Sosial Manusia. Sehingga pada proses pembelajaran peserta didik dapat menggerakkan kemampuannya untuk melihat fenomena yang ada di sekitar terutama informasi yang mereka dapatkan melalui media.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Almanshur Fauzan, Ghony Djunaidi. 2012. Arikunto, Suharsimi, 2006. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.*
- Appelrouth, Scott & Laura Desfor Edles. 2008., Classical and Contemporary Sociological Theory: Text and Readings. Thousand Oaks, California: Fine Forge Press, a SAGE Publications Company.*
- Berger, Peter L. & Thomas Luckmann. 1991. The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge. New York: Penguin Books.*
- Eriyanto. 2008. Analisis Framing : Kontruksi, Ideologi dan Politik Media. LKIS : Yogyakarta.*  
<https://kprofiles.com/treasure-box-trainee-member-profile/> (Diakses tanggal 3 juli pukul 16.45)  
<https://kumparan.com/berita-kpop/treasure-dan-sederet-fakta-menarik-yang-harus-diketahui-1uRmmOFh2pM> (diakses tanggal 1 juli 2021 pukul 19.00)  
<https://www.youtube.com/channel/UCx9hXYOCvUYwrprEqe4ZQHA> (diakses tanggal 3 juli pukul 17.00)
- Hubungan antara sikap, minat dan perilaku manusia. Jurnal Region, 1(3), 1-19.*
- Kuswarno, E. 2009. Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi: Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitian Fenomena Pengemis Kota Bandung. Bandung: Widya Pajajaran*
- Littlejohn, Stephen W., 2002. Theories of Human Communication – 7th Edition. USA: Wadsworth/Thomson Learning.*
- Moleong, Lexy J. 2007. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.*
- Purnama, A. P. (2013). Efektivitas penggunaan media video dan media leaflet terhadap perubahan pengetahuan dan sikap siswa tentang bahaya narkoba di SMP negeri 3 mojosongo boyolali (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).*
- Subaryat, Y. (2009).*
- Sobur, Alex., 2013. Filsafat Komunikasi: Tradisi dan Metode Fenomenologi. Bandung: Remaja Rosdakarya.*
- Suparno, Filsafat Konstruktivisme dalam Pendidikan, Yogyakarta: Kanisius, 1997,*