

## KOMUNITAS K-POP DI SIDOARJO TAHUN 2013-2018

**Dewi Aisyah**

Jurusan Pendidikan Sejarah  
Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum  
Universitas Negeri Surabaya  
Email: [dewiaisyah@mhs.unesa.ac.id](mailto:dewiaisyah@mhs.unesa.ac.id)

**Nasution**

Jurusan Pendidikan Sejarah, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum  
Universitas Negeri Surabaya

### Abstrak

K-Pop diawali dengan adanya soft power di Korea Selatan pada mulanya soft power hanya ditujukan untuk kepentingan politik dan juga keuangan negara Korea Selatan akan tetapi lambat laun semakin banyak masyarakat di luar Korea Selatan terutama di Asia menggemari K-pop. Pada mulanya di Indonesia K-pop ditandai dengan adanya drama-drama Korea yang mulai masuk ke stasiun TV Indonesia, musik K-Pop atau lagu-lagu yang umumnya berbahasa Korea. Di Sidoarjo komunitas K-pop pertama muncul tahun 2013 pada mulanya komunitas ini terdiri hanya dari beberapa remaja saja mereka merasa memiliki tujuan dan kesamaan dalam menyukai budaya Korea Selatan. Tujuan penelitian ini adalah (1) menganalisis latar belakang munculnya K-Pop; (2) menganalisis perkembangan komunitas K-Pop di Sidoarjo tahun 2013-2018; (3) menganalisis identitas sosial anggota komunitas K-Pop di Sidoarjo.

Berdasarkan hasil analisis terhadap fakta serta sumber-sumber yang telah didapatkan telah diperoleh hasil bahwa. Munculnya K-Pop dilatar belakangi oleh konsep soft power dari Korea Selatan. Konsep modern soft power didasarkan pada penyebaran nilai-nilai budaya tradisional Korea dan budaya pop. Korea Selatan menempatkan penekanan yang besar pada soft power budaya, untuk membentuk citra positif dalam menciptakan merek atau ke-khasan Korea Selatan yang menarik di panggung dunia serta dunia industri entertainment internasional.

Perkembangan komunitas K-Pop di Sidoarjo tahun 2013-2018 berawal dari beberapa kelompok remaja yang memiliki kegemaran sama dengan budaya pop Korea berkumpul dan membentuk *Fandom* dan juga dance cover, hingga pada akhir tahun 2018 mereka memutuskan untuk bergabung menjadi satu komunitas dengan nama Komunitas K-Pop Sidoarjo. Identitas sosial anggota komunitas K-Pop di Sidoarjo umumnya memiliki identitas yang sama yaitu dilihat dari gaya berpakaian yang cenderung menduplikasi artis idola mereka. Kedua dari gaya bahasa kebanyakan anggota komunitas K-Pop menyelipkan bahasa korea ketika mereka mengobrol satu sama lain dengan sesama anggota, dua hal ini yang umumnya menjadi identitas utama dari penggemar anggota K-Pop Sidoarjo pada tahun itu.

**Kata Kunci:** K-pop, Sidoarjo.

### Abstract

*K-Pop begins with the existence of soft power in South Korea. At first soft power was only intended for the political and financial interests of the South Korean state, but gradually more and more people outside South Korea, especially in Asia, are fond of K-pop. Initially in Indonesia, K-pop was marked by the presence of Korean dramas that began to enter Indonesian TV stations, K-Pop music or songs that were generally in Korean. In Sidoarjo, the first K-pop community emerged in 2013. At first, this community consisted of only a few teenagers. They felt that they had a goal and similarity in liking South Korean culture. The objectives of this study were (1) to analyze the background of the emergence of K-Pop; (2) analyzing the development of the K-Pop community in Sidoarjo in 2013-2018; (3) analyzing the social identity of members of the K-Pop community in Sidoarjo.*

*Based on the results of the analysis of the facts and sources that have been obtained, it has been obtained that. The emergence of K-Pop was motivated by the concept of soft power from South Korea. The modern concept of soft power is based on the spread of Korean traditional cultural values and pop culture. South Korea places great emphasis on cultural soft power, to form a positive image in creating an attractive South Korean brand or specialty on the world stage as well as in the international entertainment industry.*

*The development of the K-Pop community in Sidoarjo in 2013-2018 started when several groups of teenagers who had the same passion with Korean pop culture gathered and formed fandoms and dance covers, until at the end of*

2018 they decided to join the community under the name K-Community. Pop Sidoarjo. The social identities of members of the K-Pop community in Sidoarjo generally have the same identity, which is seen from the style of dress that tends to duplicate their idol artists. Both of the styles of language most members of the K-Pop community slip in Korean when they chat with each other with fellow members, these two things that generally become the main identity of K-Pop members Sidoarjo fans that year.

**Keywords :** K-pop, Sidoarjo.

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Jika melihat kembali tentang Korea, maka kita akan membahas negara yang memiliki sejarah panjang khususnya dalam hal keberhasilan. Ada seorang filsuf terkenal dari India, Rabindranath Tagore pernah menulis dalam puisinya kalau Korea akan menjadi penerang dari Asia Timur.<sup>1</sup> Sedikit demi sedikit hal itu mulai terwujud, Korea merupakan salah satu negara di Asia dengan kegemilangannya yang patut untuk diperhitungkan. Salah satu keistimewaan masyarakat Korea dapat dilihat dari kesuksesannya dalam membangun sebuah negara dengan berbasis pertanian menjadi negara industri maju. Dalam rentang waktu yang relatif singkat negara dengan julukan Negeri Ginseng ini mampu memulihkan keadaan ekonomi negaranya dari keterpurukan tahun 1997/1998 lalu. Piala Dunia Korea-Jepang tahun 2002 yang berakhir dengan Korea masuk ke dalam babak empat besar.

Di sisi lain, budaya pop Korea mempunyai keunikan tersendiri sehingga mereka berhasil merebut pasar di daerah Asia bahkan sekarang mulai merambah ke pasar Amerika dan Eropa. Produk dari budaya Korea berhasil mengemas nilai-nilai Asia khususnya Asia timur. Dari segi film maupun drama, cerita yang disuguhkan dikemas dengan nuansa kehidupan orang Asia, namun dari segi pemasarannya memakai cara pemasaran internasional. Selain itu, produk dari perfilman maupun drama Korea jika diamati mereka sering mengangkat tema sentral atau pusat dari kehidupan nilai orang Asia, walaupun latar dari cerita tidak terjadi di Korea melainkan di belahan bumi lain tetap saja yang diangkat berupa kehidupan orang Asia. Mereka berhasil meramu nilai-nilai yang dimiliki negara Timur dan Barat dalam penyajian cerita film atau drama. Hal-hal inilah yang menyebabkan produk dari budaya pop Korea dapat dengan cepat diterima di kalangan masyarakat Asia. Bisa dikatakan Korea merupakan salah satu negara di Asia selain India yang memiliki pangsa pasar film domestik sekitar 40 %.<sup>2</sup>

Korea Selatan pada kurun waktu akhir ini telah berhasil menyebarkan produknya yaitu berupa budaya populernya ke dunia internasional. Berbagai produk budaya Korea Selatan mulai dari Film, Drama, Musik, gaya hidup, *fashion* hingga produk-produk industrinya mulai menyebar luas di kalangan masyarakat di berbagai negara. Proses penyebaran budaya Pop Korea dikenal dengan istilah '*Korean Wave*' atau istilah lainnya '*Hallyu*

*Wave*' yang sekarang lebih dikenal dengan K-pop. Proses penyebaran budaya pop Korea ke berbagai dunia tidak bisa dilepaskan dari keberadaan media massa seperti Internet, Facebook, Twitter, Youtube, dan sebagainya, bahkan bisa dikatakan bahwa media masa adalah saluran utama dalam penyebaran *Korean Wave*.<sup>3</sup>

Musik Korea atau yang biasa dikenal dengan istilah *K-Pop* saat ini menjadi salah satu produk budaya pop Korea yang paling disukai dan diminati masyarakat terutama kalangan remaja. Sebagai salah satu bagian dari budaya Korea yang tergolong penyebarannya sangat cepat melalui media massa maupun media sosial, musik Korea memiliki ciri khas ber-genre techo, rock, hip-hop, R&B. Musik Korea pertama mendapat perhatian di Asia Timur, selanjutnya *K-Pop* mulai memasuki pasar musik Jepang dan sedikit demi sedikit mulai menggeser pasar musik Jepang di Asia.<sup>4</sup> Seiring berjalannya waktu *K-Pop* semakin tumbuh dari genre musik menjadi subkultur di kalangan remaja maupun dewasa dari Asia Timur hingga Asia Tenggara bahkan *K-Pop* telah melebarkan sayapnya hingga ke Amerika dan Eropa, hal ini terlihat di beberapa bagian Amerika Latin, Timur Laut India, Afrika Utara, Timur Tengah, Eropa Timur dan negara-negara imigran dari dunia barat.

Korea Selatan merupakan salah satu pendatang baru yang sukses memasarkan produk-produk budayanya di lingkup pasar global. Di Indonesia, gelombang *Hallyu* mulai terjadi awal tahun 2000-an yang pada tahun 2003 di Indonesia lebih dikenal dengan nama K-pop. Sebelum adanya K-pop, masyarakat Indonesia sudah akrab dengan produk-produk budaya asing seperti India dengan Bollywoodnya, Jepang yang lebih dikenal dengan J-Pop, Taiwan dengan dramanya, Eropa, dan Amerika Latin. K-pop saat ini mampu menggeser posisi produk-produk budaya asing pendahulunya dan mulai menempati hati pemirsa Indonesia. Di Indonesia, K-pop mulai dikenal sejak awal tahun 2000-an pada saat itu industri *Entertainment* dan juga per-televisi Indonesia diisi oleh tayangan-tayangan dari Jepang maupun Taiwan, sebut saja pada masa itu mulai banyak di putar *anime* atau kartun Jepang dan juga drama seri dari Taiwan yang paling terkenal adalah drama seri dengan judul Meteor Garden. Kemunculan K-pop pertama kali di Indonesia ditandai dengan kehadiran drama-drama dan juga film

3 Wijayanti, Ardiani. A. 2012. *Hallyu: Youngstres Fanaticism of Korean Pop Culture (Study of Hallyu Fans Yogyakarta City)*. *Journal of Sociology*. 3, pp 1-24.

4 <http://harnas.co/2017/10/16/invansi-k-pop-pesaing-musik-barat/invansi-k-pop-pesaing-musik-barat-3>  
diakses tanggal: 18 maret 2019 11:55 Reportase : Bayu Indra Kahuripan

1Tae-Hung Ha. 2002. *Guide to Korean Culture*. Seoul: Yonsei University Press.

2 Tae-Hung Ha. 2002. *Guide to Korean Culture*. Seoul: Yonsei University Press.

yang berhasil menarik perhatian penonton di Indonesia. Drama dengan judul *Jewel in the palace* yang ditayangkan pada tahun 2003 merupakan salah satu contoh drama Korea yang terkenal pada waktu itu di Indonesia. Umumnya sering kita lihat dalam film maupun drama-drama korea selalu diiringi dengan yang namanya *soundtrack* atau *back song* yang dinyanyikan oleh penyanyi Korea baik itu penyanyi solo, *boyband* ataupun *girlband* Korea.<sup>5</sup> Bermula dari inilah *K-Pop* sampai di telinga masyarakat penikmat musik di Indonesia. Sampai akhirnya lambat laun *K-Pop* menjadi semakin besar di Indonesia, hal ini dapat dilihat dan juga dapat ditandai dengan Indonesia yang selalu masuk kedalam daftar negara penyelenggara konser-konser artis atau idol *K-Pop*.

Masuknya *K-Pop* di Indonesia memiliki pengaruh yang cukup besar, saat ini sering sekali kita temui banyak remaja-remaja bahkan bukan hanya kalangan remaja tapi dewasa juga mulai mengikuti arus *K-Pop* ini. Keberadaan dari *boyband* dan juga *girlband* Korea sudah tidak asing dalam kalangan pecinta musik *K-Pop* di Asia, termasuk di Indonesia. Bahkan faktanya yang saat ini terjadi arah dunia hiburan Amerika mendadak juga mulai terjangkau wabah *K-Pop*. Pada mulanya banyak pihak yang menganggap demam *K-Pop* merupakan fenomena sesaat sama seperti budaya populer lainnya, namun yang terjadi saat ini faktanya hingga kini *K-Pop* masih memiliki penggemar, dan bahkan jumlahnya semakin lama semakin besar. Banyak remaja di Sidoarjo yang menjadi penggemar *K-Pop*. Pada awalnya mereka mengetahui adanya musik *K-Pop* beserta artis Korea dari berbagai jejaring sosial yang ada seperti contohnya instagram, twitter dan juga youtube serta ada juga beberapa dari mereka yang mengetahui hal tersebut melalui tayangan televisi berupa drama ataupun iklan. Berawal dari ketertarikan inilah mereka kemudian mulai mencari dan bergabung dengan website forum-forum atau fanbase internasional yang berkaitan dengan idola mereka, seperti soompi.com, allkpop, Pannchoa. Tidak sedikit juga dari mereka yang mengunjungi blog-blog luar negeri bahkan para *famous fans* sebutan untuk beberapa fans yang memiliki pengikut ribuan atau bahkan ratusan di jejaring sosial media mereka, biasanya mengapa *famous fans* memiliki pengikut, hal ini dikarenakan mereka sering membagikan tautan-tautan atau link download music video, variety show, dan segala hal yang berkaitan dengan idola mereka, bahkan ada beberapa *famous fans* yang bekerja sebagai translator dari beberapa artikel atau media yang sedang memberitakan idola mereka, rata-rata para *famous fans* mengartikan artikel atau berita elektronik baik itu berupa video maupun cuplikan dari suara radio.

Dewasa ini banyak sekali cara untuk mengekspresikan maupun menunjukkan rasa suka terhadap *K-Pop*. Fenomena yang umumnya terjadi di kalangan para penggemar *K-Pop* yaitu dengan muncul berbagai komunitas penggemar atau *Fans* di berbagai negara

termasuk juga Indonesia. Komunitas-komunitas penggemar ini lebih dikenal dengan sebutan *Fandom*, *Fandom* sendiri merupakan sebuah kependekan dari kata *Fan Kingdom* (*Kerajaan Fan*).<sup>6</sup> Pengertian paling sederhana dari *Fandom* adalah sekelompok *fans* yang membentuk sebuah jaringan sosial satu sama lain dengan didasari rasa kesamaan (homogen), bahkan mereka tidak memperlakukan hubungan antar Individu yang tidak intensif bahkan tidak saling kenal. Setelah adanya *fandom* dengan skala luas, Tak lama kemudian pecinta *K-pop* mulai membuat *fandom* lokal untuk idola yang mereka sukai, contoh di Sidoarjo sebut saja dengan adanya E.L.F. Sidoarjo yang merupakan salah satu *fandom* lokal di Sidoarjo yang didedikasikan untuk Super Junior dibentuknya E.L.F Sidoarjo salah satu tujuannya adalah sebagai penyebar informasi terbaru mengenai sang idola dan menjadi wadah antar fans untuk saling berinteraksi sesama E.L.F terutama bagi E.L.F yang berada di daerah sidoarjo.<sup>7</sup>

Di sisi lain selain adanya *Fandom* para penggemar *K-Pop* biasanya juga membentuk komunitas-komunitas yang biasanya disebut dengan komunitas DC (*Dance Cover*).<sup>8</sup> Mereka bergerak umunya di bidang meniru tari-tarian dari *boyband* maupun *girlband* yang ada di korea.

Dengan adanya Fenomena munculnya komunitas-komunitas yang sedang menjamur di kalangan penggemar, *K-pop* mulai merambah di setiap penjuru daerah di Indonesia. Hal ini terlihat dari semakin mudahnya ditemukan komunitas-komunitas yang menyatakan diri mereka sebagai komunitas penggemar *K-Pop* termasuk di Sidoarjo. Secara tidak langsung komunitas *K-Pop* yang ada di Surabaya turut berpengaruh dalam penyebaran komunitas-komunitas *K-Pop* di Sidoarjo, saat ini telah banyak komunitas-komunitas penggemar *K-Pop* di Sidoarjo, kebanyakan dari mereka menamai diri mereka sesuai nama *fandom* mereka kemudian diikuti dengan nama daerah asal mereka atau kawasan regional mereka. Begitu juga dengan komunitas DC (*Dance Cover*) yang ada di Sidoarjo mereka menamai grup mereka dengan nama yang tidak jauh beda dengan nama grup yang mereka *cover* atau tiru.<sup>9</sup> Komunitas-komunitas ini sering mengadakan kegiatan bertajuk Korea. Pada event itulah, semua penggemar Korea berkumpul bersama untuk menikmati acara-acara berbasis Korea seperti nonton bareng, atau melakukan *mukbang* yaitu berupa acara makan makanan Korea dalam jumlah yang sangat banyak, menyanyikan lagu idola masing-masing, melakukan dance cover, atau band cover dan masih banyak lagi.

6 Gooch, Betsy. 2008. The Communication of Fan Culture: The Impact of New Media on Science Fiction and Fantasy Fandom. Thesis. Georgia Institute of Technology hal 3

7 Wawancara dengan Anggia permata anggota komunitas E.L.F Sidoarjo di pendopo alun-alun Sidoarjo, tanggal 13 desember 2019 pukul 14:00 WIB

8 Hong,Euny.2014, The Birth of Korean Cool: How One Nation in Conquering the World Through Pop Culture, Sport and Tourism hal 29-31

9 Wawancara dengan beberapa anggota komunitas *K-Pop* di Sidoarjo. Pada tanggal 1 maret 2019. Di pendopo alun-alun sidoarjo. Pukul 19:12

Dance cover adalah sebuah bentuk dance yang dilakukan oleh suatu kelompok yang mereka khusus menirukan dance yang dibawakan oleh *boyband* maupun *girlband* Korea, tidak hanya dance yang ditiru tapi juga beberapa aksi panggung yang ditampilkan para *boyband* maupun *girlband* Korea, tidak hanya sekedar dalam urusan aksi panggung saja tetapi juga dari segi make up, serta gaya busana. Banyaknya acara-acara yang bertemakan Korea umumnya mereka mengadakan beberapa perlombaan tidak hanya dance cover saja tapi juga terkadang sing cover bahkan sampai ada beberapa perlombaan bertajuk *Ullzang look a like* acara ini dikhususkan untuk seberapa mahir mereka dalam meniru gaya *make up* dari artis Korea, dengan banyaknya digelar acara-acara seperti ini menyebabkan komunitas-komunitas penggemar K-Pop khususnya dance cover bermunculan di Indonesia. Hal yang berhubungan dengan penggemar K-Pop selalu menarik perhatian pada salah satu siaran TV swasta di Indonesia tepatnya Metro TV : Selamat Pagi Indonesia pada tanggal 12 Januari 2016 yang mengabarkan sebuah berita tentang pengaruh besar K-Pop di Indonesia, sehingga melahirkan banyak komunitas tari yang berkiblat pada tari modern Korea.

Dance atau tarian modern Korea kemudian menjadi semakin terkenal di kalangan masyarakat Indonesia, sehingga terkadang banyak beberapa dari mereka yang menjadi penggemar K-Pop berawal dari ketertarikan mereka terhadap dance cover Korea. Hal ini semakin menunjukkan bahwa dance modern Korea banyak diminati oleh penggemar K-Pop tidak hanya pada kalangan penggemar K-Pop tapi juga terkadang kalangan masyarakat juga menyukai dance modern Korea ini. Seiring dengan banyaknya peminat pada dance cover maka banyak muncul komunitas dance cover, dance cover tentang Korea, hal ini menunjukkan bahwa dance Korea telah menyita perhatian penggemar budaya Korea atau para penggemar K-Pop.<sup>10</sup>

Peneliti hanya membahas mengenai komunitas penggemar K-Pop di Sidoarjo tahun 2013-2018 karena keterbatasan peneliti. Batas spasial dari penelitian ini difokuskan kepada komunitas K-pop di Sidoarjo yang terbagi menjadi dua bentuk yaitu fandom dan dance cover, penelitian ini hanya meliputi lingkup daerah Sidoarjo tepatnya di daerah Sidoarjo kota karena apa yang menjadi tumpuan peneliti dalam meneliti merupakan perkembangan dari komunitas K-Pop di Sidoarjo, serta tempat biasa berkumpul para anggota komunitas K-Pop di Sidoarjo juga berpusat di daerah Sidoarjo kota. Batasan temporal dalam penelitian ini berfokus pada tahun 2013 sampai 2018. Alasan peneliti memilih batasan temporal tahun 2013 sampai 2018 karena pada tahun 2013 merupakan awal tahun dari berkembangnya komunitas-komunitas penggemar *K-Pop* di Sidoarjo mulai dari komunitas dance cover yang masih terdiri dari grup-grup kecil, kemudian komunitas fandom K-Pop yang hanya terdiri dari beberapa fandom saja, Sedangkan peneliti

memilih batasan akhir tahun 2018 karena pada tahun ini komunitas-komunitas penggemar *K-Pop* di Sidoarjo mulai berada di satu naungan atau sebuah grup besar yang bernama komunitas K-Pop Sidoarjo, baik itu dance cover maupun fandom mereka semua bergabung menjadi satu.

Berdasarkan Penelitian yang sudah ada dan juga latar belakang yang sudah dituliskan di atas, penulis akan melakukan penelitian dengan judul "*Komunitas K-Pop di Sidoarjo tahun 2013-2018*"

### Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah diatas maka rumusan masalah yang dapat diambil adalah (1) Bagaimana latar belakang munculnya K-Pop ? (2) Bagaimana perkembangan komunitas K-Pop di Sidoarjo tahun 2013-2018 ? (3) Bagaimana identitas sosial anggota komunitas K-Pop di Sidoarjo?

### METODE

Metode penelitian yang digunakan merupakan metode penelitian sejarah dengan dilakukan empat tahapan yaitu Heuristik, kritik, interpretasi, dan historiografi.

#### 1. Heuristik

Tahapan pertama merupakan tahapan heuristik berupa pengumpulan sumber-sumber sejarah sesuai dengan permasalahan yang diteliti. Tahapan ini merupakan langkah awal dalam pencarian sumber-sumber yang berkaitan dengan komunitas k-pop di Sidoarjo. Dari tahapan ini peneliti mendapatkan beberapa arsip di perpustakaan arsip Medayu Surabaya berupa koran Radar Sidoarjo yang menjelaskan tentang bagaimana salah satu komunitas k-pop di Sidoarjo berkembang. Sumber arsip lain didapatkan dari web-web layanan penyedia arsip online seperti *koreasiana*, *e-kor news* Dari web layanan arsip tersebut mendapatkan arsip berupa majalah, surat kabar, buku, jurnal, dan foto-foto yang sudah di digitalisasi didalamnya memuat informasi mengenai hasil komunitas k-pop di Sidoarjo.

#### 2. Kritik sumber

Kritik sumber merupakan sebuah kegiatan pengujian secara kritis terhadap sumber-sumber yang telah ditemukan. Kritik akan dilakukan secara intern. Peneliti melakukan penyeleksian terlebih dahulu terhadap sumber-sumber sesuai dengan topik penelitian. Sumber-sumber yang ditemukan dikaji isinya untuk mendapatkan fakta-fakta.

Berdasarkan sumber, fakta yang peneliti dapat adalah komunitas K-pop di Sidoarjo ada atau muncul tahun 2013 berawal dari dua komunitas besar yang terbagi menjadi DC dan juga fandom, di dalam DC maupun fandom terdapat komunitas-komunitas kecil, pada tahun 2018 komunitas-komunitas kecil yang adadalam DC maupun fandom memutuskan untuk menjadi satu komunitas besar dengan nama Komunitas

<sup>10</sup> Hong,Euny.2014, The Birth of Korean Cool: How One Nation in Conquering the World Through Pop Culture, Sport and Tourism. Hal 35-37

K-pop Sidoarjo. Adapun tujuan dari kritik sumber untuk memperoleh otentitas dan kredibilitas sebuah sumber untuk diseleksi menjadi sebuah fakta.

### 3. Interpretasi

Tahapan ketiga interpretasi dengan menafsirkan fakta-fakta yang telah didapatkan dari kritik sumber. Dari berbagai fakta yang diperoleh dari hasil kritiks sumber, dilakukan sintesis dan analisa untuk mendapatkan data yang saling terhubung dengan menggunakan ilmu-ilmu lain.

### 4. Historiografi

Tahapan keempat merupakan historiografi Pada tahapan akhir ini peneliti menyusun hubungan antar fakta dalam suatu eksplanasi sejarah. Penulisan bertujuan untuk menyajikan laporan yang dinarasikan dari penelitian yang tersebut dalam bentuk sebuah cerita sejarah.

## HASIL PENELITIAN

### A. Awal mula K-pop

Republik Korea terkhusus Korea Selatan menjadi salah satu pemeran utama dalam sektor ekonomi global dan secara dinamis dalam negara berkembang. Banyak dari para peneliti dalam penelitian mereka menyebutkan bahwa salah satu elemen dalam kunci utama kesuksesan Korea Selatan adalah apa yang biasa disebut dengan konsep "soft power". Korea selatan memiliki sumber daya yang disebut dengan "soft power" dan Korea Selatan aktif dalam menggunakan Konsep "soft power" dalam tulisannya J. Nye menyebutkan bahwa konsep "soft power" saat ini dengan kuat memasuki dunia ilmu pengetahuan Korea Selatan. Republik Korea Selatan saat ini beralih ke Konsep "soft power" perubahan konsep ini terjadi sekitar dua puluh tahun yang lalu. Strategi dari konsep modern "soft power" Republik Korea umumnya didasarkan pada penyebaran nilai-nilai budaya tradisional Korea dan budaya K-pop. Korea Selatan menempatkan penekanan yang besar pada "soft power" budaya, hal ini membantunya dalam membentuk citra positif dan menciptakan merek atau ke-khas an Korea Selatan yang menarik di panggung dunia serta dunia industri entertainment internasional. Dalam artikel ini, "soft power" budaya Korea Selatan mengambil contoh cybersports dan fenomena K-pop.

Konsep dari "soft power" dibentuk pada awal 1990-an oleh ilmuwan politik Amerika yang pada masa itu dipimpin oleh Clinton, Ide-ide Profesor Amerika J. Nye memungkinkan untuk adanya pandangan baru pada interpretasi konsep "Power". Dalam karyanya ia mengidentifikasi dua jenis kekuatan yaitu: hard power dan soft power. beliau mendefinisikan hard power sebagai kemampuan untuk membuat orang lain bertindak dengan cara yang bertentangan dengan mereka baik dari segi preferensi dan juga strategi<sup>11</sup>, dan soft power sebaliknya adalah sebuah kemampuan untuk mencapai tujuan melalui daya tarik dan juga bujukan, bukan paksaan atau apapun

itu.<sup>12</sup> soft power dalam negara adalah kemampuannya untuk menunjukkan pesona peserta lain dalam proses politik dunia, untuk menunjukkan daya tariknya sendiri dalam konteks budaya (yaitu menarik bagi orang lain), nilai-nilai politik dan juga kebijakan luar negeri (jika dianggap sah dan secara moral dibenarkan)<sup>13</sup>. Komponen utama dalam soft power adalah budaya, nilai-nilai politik dan kebijakan asing.

Konsep dan struktur konseptual yang dikemukakan oleh J. Nye dengan kuat telah memasuki komunitas ilmu dunia dan studi tentang konsep ini dianggap menjadi semakin penting, baik di luar negeri maupun di dalam negeri yaitu indonesia. Bahkan sebuah studi terbaru yang membahas tentang soft power menunjukkan bahwa soft power saat ini merupakan sebuah instrumen utama untuk banyak negara mempengaruhi proses politik di negara-negara yang mereka minati, sejak proses politik memungkinkan pembentukan opini pemerintah dan publik yang akan mendorong implementasi nasional berupa kepentingan pemain global tradisional dan baru.<sup>14</sup>

Republik Korea Selatan beralih ke konsep soft power sekitar dua puluh tahun yang lalu saat itulah bangsa Korea selatan mulai secara serius mempertimbangkan pentingnya aspek budaya, teknologi dan diplomasi publik dalam mempromosikan citra negara yang menarik di panggung dunia. Presiden Kim Yong Sam mengakui pentingnya kepentingan nasional serta identitas budaya dan juga popularisasi negara di luar negeri dalam menghadapi globalisasi dan juga persaingan ekonomi internasional.<sup>15</sup> Oleh karena itu, pada tahun 1996-1997, Kementerian Kebudayaan dan Olahraga Republik Korea telah memilih sepuluh simbol budaya berikut untuk mempromosikan simbol budaya Korea sebagai identitas nasional: (1) Kostum tradisional nasional - hanbok (2) Tulisan fonetik Korea - Hangul (3) Masakan Korea seperti kimchi dan pulgogi (4) Kuil Buddha - Bulguksa dan Seokguram (5) Seni bela diri Korea - Taekwondo (6) Teh ginseng Korea - koryo insam (7) Tarian topeng tradisional (8) Suaka Konfusianisme - Jongmyo (9) Kompleks gunung dan taman nasional - Seoraksan (10) Artis Korea terkenal di dunia (K-Pop).<sup>16</sup>

### B. K-Pop Di Sidoarjo

Komunitas K-Pop di Sidoarjo terbagi jadi dua yaitu fandom dan dance cover, pada umumnya komunitas K-Pop di Sidoarjo memiliki anggota yang terdiri dari remaja dengan golongan yang memiliki usia sekitar 13 hingga 25 tahun keatas, hal ini didapat dari hasil survei

12 Nye, J. S. (2012). Why China Is Weak on Soft Power. The New York Times. URL:

<http://www.nytimes.com/2012/01/18/opinion/why-china-is-weak-on-soft-power> , 2012. Diakses pada tanggal 02 Januari 2020 14:30

13 Pershina, M. P. (2017). "Soft power" in the foreign policy of the Republic of Korea and the PRC. Ethnic society and interethnic culture, 2(104), 109-118.

14 Ivanov, V. G. (2016). "Charts Power" as an instrument of political and economic influence: conceptual analysis, strategies of use and the counteraction models.

15 Pershina, M. P. (2017). "Soft power" in the foreign policy of the Republic of Korea and the PRC. Ethnic society and interethnic culture, 2(104), 109-118.

16 Ibid

11 Nye, J. S. (2011). The Future of Power. New York: Public Affairs.

yang dilakukan oleh peneliti, dengan 6 komunitas dance cover yang ada di Sidoarjo dan 4 fandom yang ada di Sidoarjo, dengan total sample 91 orang. Rata-rata anggota komunitas K-Pop di Sidoarjo di dominasi oleh perempuan dari pada laki-laki, karena memang pada umumnya fans K-Pop di dominasi oleh perempuan<sup>17</sup>.

Pada umumnya anak yang mengikuti komunitas dance cover merupakan anak yang masuk dalam suatu fandom, tapi anak yang mengikuti atau masuk dalam suatu fandom belum tentu dia masuk dalam komunitas dance cover karena tidak semua anggota minat terhadap tarian atau dance K-pop, terkadang mereka hanya mengagumi idolanya saja tetapi mereka tidak begitu berminat untuk meniru tariannya.

Pada awal tahun 2013 merupakan tahun pertama komunitas K-Pop muncul di Sidoarjo, yang pertama kali muncul adalah fandom, komunitas ini bernama ELF Sidoarjo, mereka berawal dari sekumpulan anak-anak remaja yang menyukai salah satu boyband di Korea yang bernama Super Junior, pada awal terbentuknya ELF Sidoarjo hanya beranggotakan 7 orang saja, waktu itu mereka berasal dari kecamatan dan sekolah yang berbeda, mereka saling mengenal satu sama lain dari media sosial yang berupa Facebook, berawal dari perkenalan di media sosial mereka bertemu dan kemudian memutuskan untuk membentuk komunitas ELF Sidoarjo<sup>18</sup>, ELF sendiri merupakan julukan untuk penggemar boyband yang mereka sukai, dikarenakan mereka yang berasal dari sekolah yang berbeda dan juga bertempat tinggal di Sidoarjo tetapi di wilayah yang berbeda-beda mereka mengajak teman di daerahnya yang memiliki kesamaan dengan mereka untuk bergabung di komunitas yang mereka dirikan, hingga akhirnya komunitas ini menjadi besar dan lambat laun hingga kini di Sidoarjo akhirnya muncul komunitas-komunitas baru dari fans boyband lain yang membentuk komunitas mereka sendiri, seperti contoh ada ARMY Sidoarjo penggemar dari boyband BTS, EXO-L Sidoarjo penggemar dari boyband EXO, CARAT Sidoarjo penggemar dari boyband Seventeen, Dan masih banyak lainnya.

Sedangkan pada tahun 2014 merupakan tahun awal terbentuknya komunitas dance cover, sedikit berbeda dengan adanya komunitas fandom, dance cover mereka berawal dari anak-anak fandom yang juga menggemari dan ingin meniru tarian-tarian yang di bawakan oleh idolanya, bukan hanya sekedar menggemari idolanya saja, berawal dari sebuah kelompok kecil beranggotakan 5 orang laki-laki mereka menamai diri mereka VS (Vincent Squad) mereka awalnya hanya menirukan tarian yang dibawakan oleh boyband Shinee, mereka memilih Shinee di karenakan jumlah anggota boyband dan jumlah anggota mereka sama berdasarkan

itu mereka memutuskan untuk menirukan tarian dari Shinee,

Mereka memanfaatkan pendopo alun-alun Sidoarjo sebagai tempat latihan mereka, karena alun-alun Sidoarjo merupakan salah satu pusat tempat hiburan warga di Sidoarjo banyak anak-anak muda yang berlalu lalang lewat tertarik dengan apa yang dilakukan oleh anggota VS<sup>19</sup>. Tidak begitu lama ada beberapa orang yang bertanya apa yang sedang mereka lakukan lalu berawal dari situlah muncul anggota baru dan juga VS pada waktu itu aktif ikut mengisi acara di pentas seni sekolah-sekolah di Sidoarjo sehingga hal ini dapat menarik minat dari siswa sekolah lain untuk bergabung dengan mereka, tapi sepertinya hal nya apa yang terjadi di fandom, lambat laun komunitas semakin besar, tidak hanya VS saja kemudian muncul beberapa komunitas-komunitas lain, pada waktu itu ada yang menamai diri mereka DC Squad, Girl's power, S.W.I.D Dan lain-lain, seperti apa yang telah penulis katakan di awal komunitas dance cover sedikit berbeda dengan fandom, perkembangannya seiring bertambahnya tahun mereka yang bermula dari komunitas-komunitas kecil akhirnya bergabung menjadi satu kemudian mereka membentuk komunitas baru dengan anggota lebih banyak, umumnya mereka yang akhirnya bergabung dengan komunitas lain memberikan embel-embel Entertainment di belakang nama komunitas mereka, seperti pada contoh S.W.I.D yang bergabung dengan VS, mereka menamai komunitas mereka dengan nama baru yaitu GVT Entertainment.

Seiring bertambahnya tahun pula, komunitas K-Pop di Sidoarjo baik itu fandom maupun dance cover berada di satu komunitas besar, yang bernama Komunitas K-Pop Sidoarjo, komunitas ini terbentuk di tahun 2019, berawal dari ketua dari seluruh fandom di Sidoarjo, dan juga ketua dari seluruh dance cover di Sidoarjo yang biasa menggunakan pendopo alun-alun Sidoarjo sebagai pusat tempat kegiatan mereka, berkumpul untuk mendiskusikan bahwa alangkah baiknya jika seluruh komunitas K-Pop di Sidoarjo baik itu yang berasal dari fandom maupun dance cover berkumpul dan berada di satu naungan, berdasarkan hal tersebutlah kini komunitas K-Pop di Sidoarjo berada di satu naungan dengan nama Komunitas K-Pop Sidoarjo, tetapi mereka tetap pada fokus masing-masing baik fandom maupun dance cover.

### C. Identitas Anggota Komunitas K-Pop di Sidoarjo

Identitas sosial yang dimiliki oleh penggemar K-Pop tentunya berbeda dengan identitas sosial kelompok penggemar lain seperti penggemar musik aliran barat, penggemar musik Jepang atau penggemar musik Indonesia (dalam negeri). Penggemar musik barat, Jepang, dan musik dalam negeri memiliki cara sendiri dalam mengidentifikasi dirinya sebagai penggemar. Misalnya atribut yang mereka kenakan mirip

17 Sumber dan data yang telah di olah oleh penulis

18 Wawancara dengan Sindy Elvini ketua ELF Sidoarjo di pendopo alun-alun Sidoarjo pada tanggal 03 maret 2020 pukul 15:00 WIB

19 Wawancara dengan Raden Eki ketua VS di pendopo alun-alun Sidoarjo pada tanggal 03 maret 2020 pukul 16:00 WIB

dengan idola atau berkaitan dengan idola, berpenampilan sesuai aliran musik idola seperti musik rock maka penampilan yang dikenakan bernuansa rock, dan lain sebagainya. Begitu juga penggemar K-Pop memiliki ciri khas, perilaku, dan kegiatan yang menjadikan mereka unik dan berbeda dengan yang lain, serta mereka memiliki cara tersendiri dalam mengidentifikasi dirinya sebagai penggemar K-Pop. Identitas Sosial bagi penggemar K-Pop juga memiliki fungsi untuk mengkonsep-tualisasikan kelompoknya sesuai dengan aliran musik K-Pop di tengah-tengah masyarakat. Misalnya komunitas penggemar K-Pop akan berbicara dengan sesama penggemar K-Pop dengan menggunakan bahasa Korea secara basic atau dasar, maka disitulah tampilan terdapat bentuk yang berbeda dari satu kelompok dengan kelompok lainnya dan bisa dijadikan penanda identitas<sup>20</sup>. Jika sebuah ciri khas muncul, maka atribut itu dikenakan sebagai ciri kebersamaan dan digunakan sebagai identitas sosial. Memiliki identitas sosial tersendiri sebagai penggemar K-Pop yang berbeda dengan yang lain tentunya menjadi kebanggaan tersendiri bagi mereka. Hal ini seperti menyandang sebuah gelar atau atribut yang melekat dan kemudian menunjukkannya kepada masyarakat mengenai apa yang diidolakan. Kebanggaan atas identitas sosial sebagai pecinta K-Pop tersebut muncul ketika mereka sudah dikenal dan diakui keberadaannya sebagai penggemar K-Pop yang sebenarnya. Dalam hal ini kemudian identitas sosial sangat berperan penting dalam terbentuknya kebanggaan pada diri penggemar K-Pop itu sendiri. Berbicara mengenai identitas sosial, setiap penggemar K-Pop memiliki asumsi dan pandangan yang berbeda-beda mengenai identitas masing-masing sebagai penggemar K-Pop. Bagaimanapun juga baik penggemar K-Pop yang tergabung dalam komunitas fandom ataupun dance cover mereka tetaplah memiliki satu kesamaan yaitu merupakan penggemar K-Pop, sekalipun hanya berbeda dalam hal keikutsertaan dalam komunitas.

Kemunculan K-Pop yang semakin fantastis berbuntut pada kemunculan penggemar atau fans yang sangat mengidolakan K-Pop. Yang kemudian mengidentifikasi dirinya sebagai penggemar K-Pop dan menjadikan penggemar K-Pop sebagai identitas sosialnya. Setiap penggemar K-Pop memiliki asumsi dan pandangan yang berbeda-beda mengenai identitas masing-masing sebagai penggemar K-Pop, baik penggemar K-Pop yang tergabung dalam komunitas fandom ataupun dance cover. Sebagai penggemar K-Pop baik yang fandom maupun dance cover, mereka memiliki ciri khas tersendiri yang digunakan untuk mengidentifikasi dirinya di tengah-tengah masyarakat. Penggemar-penggemar tersebut juga membentuk identitasnya sendiri dengan berbagai perilaku yang ditunjukkan ketika mengagumi K-Pop. Dari identitas ini lah penggemar K-Pop memperkenalkan kepada masyarakat mengenai dirinya sebagai penggemar K-Pop dan sekaligus memperkenalkan selebritis Korea idolanya.

Identitas sosial sebagai penggemar K-Pop merupakan stereotip atau unsur kognitif yang mereka bentuk secara sadar, yang dengan itu diharapkan masyarakat akan mengetahui keberadaan dirinya sebagai seorang penggemar K-Pop. Henry Tajfel dan rekannya John Turner pada tahun 1986 mengemukakan teori identitas Sosial yang menyatakan bahwa identitas sosial seseorang ditentukan terutama oleh kelompok dimana ia berasal atau berada (in-group). Untuk memperkuat identitas diri, biasanya seseorang akan mencari orang-orang yang memiliki pemaknaan yang sama terhadap suatu hal. Mereka akan lebih nyaman apabila bersama dengan orang-orang yang mempunyai banyak kesamaan dalam beberapa hal<sup>21</sup>.

Identitas selayaknya suatu atribut yang mana orang lain akan mudah untuk mengenal dan mengidentifikasi. Dan identitas sosial merupakan atribut yang berasal dari lingkungan sosial atau suatu kelompok. Dalam Robert A Baron dan Don Byrne (2003), Menurut Sherman (1994), setiap orang berusaha membangun sebuah identitas sosial (social identity), sebuah representasi diri yang membantu kita mengkonseptualisasikan dan mengevaluasi siapa diri kita. Dengan mengetahui siapa diri kita, kita akan dapat mengetahui siapa diri (Self) dan siapa yang lain (Others). Individu yang tergabung dan memiliki keanggotaan yang jelas dalam suatu kelompok maka individu tersebut akan secara sadar dan alami akan membentuk identitas sosialnya dalam kelompok tersebut. Identitas sosial tersebutlah yang kemudian akan digunakan oleh individu untuk memperkenalkan diri dan kelompoknya kepada masyarakat sosial dan sekaligus untuk membedakan diri dan kelompok sosialnya dengan kelompok sosial lainnya. Sebaliknya, individu yang tidak memiliki keanggotaan yang jelas dalam suatu kelompok sosial maka identitasnya juga bias<sup>22</sup>. Dalam Lynn H Turner dan Richard West (2008), dengan menyadari pentingnya diri dan hubungannya dengan identitas kelompok, Henry Tajfel (1982) dan John Turner (1986) mengemukakan identitas sosial seseorang ditentukan oleh kelompok dimana ia tergabung. Orang yang termotivasi untuk bergabung dengan kelompok yang paling menarik dan atau memberikan keuntungan bagi kelompok dimana ia tergabung didalamnya. Adanya perbedaan identitas sosial penggemar K-Pop baik dalam fandom dan dance cover memberikan asumsi bahwa suatu komunitas atau kelompok memberikan pengaruh terhadap identitas sosial seseorang. KKS disini merupakan komunitas atau kelompok yang sengaja dibentuk oleh penggemar K-Pop untuk mawadahi para penggemar K-Pop yang memiliki kesamaan dalam hal hobi atau idola. KKS bukan sekedar kelompok sosial biasa, namun dalam KKS juga memiliki struktur seperti struktur kelompok pada umumnya dan juga memiliki agenda kegiatan yang rutin dilaksanakan

21 Fadila, R. (2013). Hubungan identitas sosial dengan perilaku agresif pada geng motor. Psikolo-gia. Vol 8 no 2

22 Fitriyani, Widodo, & Fauziah . (2013). Hubungan antara konfor-mitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa genuk indah Semarang. Jurnal Psikologi Un-dip. No 1 Vol 12.

20 Marpaung, A. 2014. Tren K-pop yang bombastis. <http://www.siperubahan.com/read/254/Tren-K-POP-yangBombastis> Diakses pada tanggal 31 agustus 2020 15:15.

oleh para anggotanya. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi identitas sosial adalah self-kategorisasi. Self-kategorisasi sendiri diperoleh ketika individu bergabung dengan suatu kelompok kemudian individu tersebut mengkategorikan dirinya sebagai anggota suatu kelompok<sup>23</sup>.

Dengan menjadi anggota dari suatu kelompok, individu tersebut akan otomatis juga memperoleh identitas sosialnya sebagai anggota dari kelompok x. Teori Self-kategorisasi (Turner & Oakes, 1989), mengusulkan bahwa mengkategorikan diri sebagai anggota kelompok menjadi lebih mungkin seperti yang dirasakan ketika perbedaan antara ingroup dan outgroup meningkat. Salah satu cara untuk melihat proses ini adalah dalam hal kekhasan, sejauh mana seseorang merasa bahwa ia berbeda bersama beberapa dimensi dari orang lain dalam suatu situasi (Sampson, 1999). Menurut Turner (1999), untuk mencapai dan mempertahankan identitas sosial yang positif, individu cenderung mengutamakan kelompok sendiri (ingroup) dibandingkan kelompok lain (outgroup). Hal ini dapat menimbulkan intergroup bias dimana individu memberi penilaian yang tidak objektif untuk kelompoknya, cenderung untuk lebih mengutamakan kelompok sendiri dan tidak mengutamakan kelompok lain (Augoustinos dan Walker, 1995; Myers, 1996). Berdasarkan pengamatan yang dilakukan peneliti saat pengambilan data adalah bahwa sebenarnya mayoritas penggemar K-Pop baik yang tergabung dalam fandom maupun dance cover mereka memiliki banyak kesamaan perilaku sebagai aksi dan bentuk kekaguman mereka pada K-Pop. Karena bagaimanapun juga mereka memiliki kesamaan idola dan hanya berbeda dalam keanggotaan sebuah kelompok sosial. Individu yang menjadi penggemar K-Pop dan ikut bergabung dalam komunitas yang secara khusus memang dibentuk untuk mawadahi para penggemar K-Pop seperti KKS akan menemukan identitas baru yaitu menjadi anggota KKS. Dengan bergabung dengan KKS penggemar K-Pop tersebut akan diakui secara resmi oleh komunitas resmi KKS dan mengikuti peraturan dan berbagai agenda kegiatan yang diadakan oleh KKS. Berbagai kegiatan yang dilakukan tersebut merupakan bentuk pengakuan dan perkenalan kelompok sosialnya kepada masyarakat sosial dan menunjukkan kelompok sosialnya berbeda dengan kelompok sosial lain. Hal ini biasa ditunjukkan oleh KKS karena KKS sering memiliki agenda besar yang mana memang bisa dilihat oleh masyarakat luas. Kemudian identitas sosial sebagai penggemar K-Pop akan muncul.

Dipandang dari kacamata psikologi, study pembelajaran dan penelitian ini dikategorikan dalam penelitian dan pembelajaran psikologi sosial dan psikologi massa. Psikologi merupakan ilmu yang didalamnya membahas semua seluk beluk yang berkaitan dengan manusia. Dan aspek pokok bahasan dalam

penelitian ini, yaitu identitas, merupakan suatu hal atau atribut yang mutlak dimiliki oleh manusia dalam kehidupansosialnya. Psikologi massa berperan dalam hal kelompok sosial yang berada ditengah-tengah masyarakat, yang mana manusia selalu berkelompok-kelompok dalam menjalani kehidupan menurut kelompok sosial masing-masing. Psikologi massa berkaitan dengan perilaku manusia di tengah-tengah kelompok sosialnya, dan didalam masyarakat, interaksi yang dibangun, juga seluruh aspek perilaku terhadap sesama manusia<sup>24</sup>. Begitu juga dengan penggemar K-Pop. Sebelumnya mereka adalah individu biasa di kehidupannya, namun setelah memutuskan untuk mengagumi K-Pop dan berperilaku selayaknya penggemar K-Pop individu tersebut dikategorikan ke dalam individu yang menjadi penggemar K-Pop oleh lingkungan sekitar. Hal ini menciptakan identitas baru bagi individu di lingkungan sosialnya.

## PENUTUP

### A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah pertama mengenai awal mula perkembangan K-pop telah terjawab K-pop berkembang bermula dari program soft power yang dijalankan di Korea selatan, yang di dalamnya terdapat pengembangan budaya, sehingga budaya K-pop pesat berkembang baik di Asia bahkan hingga ke pangsa pasar Amerika dan Eropa. Pada rumusan masalah yang kedua perkembangan komunitas K-pop di Sidoarjo dimulai sejak tahun 2013-2018, dalam rumusan masalah ketiga terjawab dengan komunitas K-pop di Sidoarjo memiliki identitas sosial sehingga dikalangan masyarakat dapat dikenal bahwa itu sebagai ciri khas yang dimiliki oleh komunitas K-pop.

Dalam penelitian, peneliti menemukan temuan baru, setelah tahun 2018 komunitas K-pop Sidoarjo yang awal mulanya terdiri dari DC dan fandom bergabung menjadi satu menjadi satu komunitas besar dengan nama Komunitas K-pop Sidoarjo.

### B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat oleh peneliti maka diharapkan nantinya mampu menjadi bahan kajian dalam pembelajaran sejarah melalui penelitian ini didapatkan informasi-informasi baru mengenai perkembangan dari komunitas K-Pop yang ada di Sidoarjo dari tahun 2013-2018, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi acuan bagi dinas setempat dalam mengembangkan bakat, minat serta kreatifitas anak muda Sidoarjo dalam hal budaya. Bagi masyarakat luas semoga ertikel ini berguna untuk mengetahui perkembangan budaya terutama kebudayaan populer yang ada di kalangan anak muda Sidoarjo, diharapkan agar penelitian ini nantinya mampu dijadikan sebagai acuan dalam penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan

23 Pertiwi, Ayu. S. (2013). Konfor-mitas dan fanatisme pada remaja korean wave (penelitian pada komunitas super junior fans club ELF "everlasting friend") di Samarinda. No 1 Vol 2

24 Taylor, S. E., Peplau, L. A & Sears, D. O. (2006). Social psy-chology. London : Prentice Hall.



dengan komunitas ataupun perkembangan budaya populer yang berkembang di daerah Sidoarjo.

Dan ter-khusus untuk remaja di Sidoarjo diharapkan juga penelitian ini mampu memberikan wawasan tentang budaya populer, perlu diketahui budaya populer sangat digemari apalagi di kalangan remaja tetapi alangkah baiknya jika budaya populer tersebut diimbangi dengan pengetahuan dari budaya-budaya lokal yang ada di Indonesia terutama budaya-budaya yang asli atau yang memang berkembang di Indonesia seperti contohnya tari tradisional jadi alangkah baiknya jika nantinya generasi muda mampu mengkreasi antara budaya tradisional yang asli Indonesia dengan budaya populer yang sedang berkembang di kalangan remaja saat ini.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Baron & Byrne, D. (2004). *Psikologi sosial*. Jakarta : Erlangga.
- Bungin, Burhan, 2006, *Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Kencana: Jakarta. hal 191
- Hong,Euny.2014, *The Birth of Korean Cool: How One Nation in Conquering the World Through Pop Culture, Sport and Tourism* hal 29-31
- Hong,Euny. 2014, *The Birth of Korean Cool: How One Nation in Conquering the World Through Pop Culture, Sport and Tourism*. Hal 35-37
- Nye, J. S. 2011. *The Future of Power*. New York: Public Affairs
- Pershina, M. P. 2017. "Soft power" in the foreign policy of the Republic of Korea and the PRC. *Ethnic society and interethnic culture*, 2(104), 109-118.
- Smolina, V. A. 2016. *Politics of "soft power" as an instrument of geopolitical influence of the Republic of Korea*.
- Tae-Hung Ha. 2002. *Guide to Korean Culture*. Seoul: Yonsei University Press.
- Taylor, S. E., Peplau, L. A & Sears, D. O. 2006. *Social psy-chology*. London : Prentice Hall.

### Jurnal

- Fadila, R. 2013. *Hubungan identitas sosial dengan perilaku agresif pada geng motor*. Psikolo-gia.Vol 8 no 2
- Fitriyani, Widodo, & Fauziah. 2013. *Hubungan antara konfor-mitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa genuk indah Semarang*. Jurnal Psikologi Un-dip. No 1 Vol 12.
- Mark A. Urista, et.al.,*Explaining Why Adults Uses MySpace and Facebook Through Uses and Gratifications Theory*. *Human Communication*. A Publication of the Pacific andAsian Communication Association. Vol 12, No. , pp.215-229
- Pertiwi, Ayu. S. (2013). *Konfor-mitas dan fanatisme pada remaja korean wave (penelitian pada komunitas*

*super junior fans club ELF "everlasting friend" ) di Samarinda*. No 1 Vol 2

- Wijayanti, Ardiani. A. 2012. *Hallyu: Youngstres Fanaticism of Korean Pop Culture (Study of Hallyu Fans Yogyakarta City)*. *Journal of Sociology*. 3, pp 1-24.

### Internet

- E-Sport in South Korea (2015). Vostok, 8 August 2015. URL: <http://vostalk.net/kibersport-v-yuzhnoj-koree> diakses pada tanggal 22 maret 2020 18:00
- E-Sport in South Korea (2015). Vostok, 8 August 2015. URL: <http://vostalk.net/kibersport-v-yuzhnoj-koree> diakses pada tanggal 4 april 2020 06:12
- <http://harnas.co/2017/10/16/invasi-k-pop-pesaing-musik-barat/invasi-k-pop-pesaing-musik-barat-3> diakses tanggal: 18 maret 2019 11:55 Reportase : Bayu Indra Kahuripan
- <https://kinibisa.com/news/read/perkembangan-korean-wave-di-indonesia> 25 maret 2019 12:04 Oleh : Halimah Nusyirwan
- Korea Foundation (2018). URL: <http://www.kf.or.kr/?menu=3265> diakses pada tanggal 7 maret 2020 15:43
- Marpaung, A. 2014. Tren K-pop yang bombastis. <http://www.siperubahan.com/read/254/Tren-K-POP-yangBombastis> Diakses pada tanggal 31 agustus 2020 15:15.
- Nye, J. S. (2009). South Korea's Growing Soft Power. Project Syndicate. URL: <https://www.projectsyndicate.org/commentary/south-korea-sgrowing-soft-power?barrier=accessreg> diakses pada tanggal 29 februari 2020 20:00
- Rush on "B": how eSports originated (2016). Playground, 27 November 2016. URL: [https://www.playground.ru/blogs/other/rash\\_na\\_b\\_kak\\_zarodilsya\\_kibersport-224583/](https://www.playground.ru/blogs/other/rash_na_b_kak_zarodilsya_kibersport-224583/) diakses pada tanggal 16 maret 2020 13:55
- The University of South Korea is to Train Professional Gamers (2014). Furfur, 21 March2014.URL:<http://www.furfur.me/furfur/culture/culture/171071-v-universitete-yuzhnoy-korei-budut-obuchat-kibersportu> diakses pada tanggal 7 April 2020 15:23

### Skripsi

- Gooch, Betsy. 2008. *The Communication of Fan Culture: The Impact of New Media on Science Fiction and Fantasy Fandom*. Thesis. Georgia Institute of Technology hal 3

### Arsip

- Koran Radar Sidoarjo terbit tanggal 20 Februari 2015 hal 3

### Wawancara

- Wawancara dengan Anggia permata anggota komunitas E.L.F Sidoarjo di pendopo alun-alun Sidoarjo, tanggal 13 desember 2019 pukul 14:00 WIB

- Wawancara dengan beberapa anggota komunitas K-Pop di Sidoarjo. Pada tanggal 1 maret 2019. Di pendopo alun-alun sidoarjo. Pukul 19:12
- Wawancara dengan Sindy Elvini ketua ELF Sidoarjo di pendopo alun-alun Sidoarjo pada tanggal 03 maret 2020 pukul 15:00 WIB
- Wawancara dengan Raden Eki ketua VS di pendopo alun-alun Sidoarjo pada tanggal 03 maret 2020 pukul 16:00 WIB
- Wawancara dengan Adinda ketua KKS di pendopo alun-alun Sidoarjo pada tanggal 27 Juni 2020 pukul 16:00 WIB

