

Peran K-Pop Dalam Meningkatkan Kualitas Kehidupan Sosial Remaja

(Study Fenomenologi Pada Remaja Penggemar K-pop di Jakarta)

Annisa Nurul Puspawati¹; Susi Yunarti²

Fikom Universitas Persada Indonesia YAI^{1,2}

E-mail: annisanrull@gmail.com¹, susi.yunarti@upi-yai.ac.id²

ABSTRAK

Hallyu/Korean Wave sudah banyak dikenal oleh masyarakat khususnya di Indonesia, demam Korea ini sudah merambah keberbagai macam kalangan dan tidak pandang usia, jabatan hingga agama. Semua tumpah ruah menyukai kebudayaan Korea ini. Ketertarikan akan kebudayaan Korea ini sangat terlihat dominan pada kalangan remaja, hal ini dikarenakan banyaknya remaja di Indonesia yang menyukai K-POP (Korean Pop atau Korean Popular Music).

Penelitian ini menggunakan teori *Elaborate Likelihood Model*. Metode penelitian ini adalah kualitatif fenomenologi. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara kepada 5 informan yang merupakan penggemar K-POP. Teknik keabsahan data menggunakan teknik triangulasi sumber. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa K-POP memberikan peran yang positif serta memberikan motivasi yang baik kepada para penggemarnya, menginspirasi informan menjadi pribadi yang pekerja keras, pantang menyerah. Walaupun tidak semua penggemar K-POP merasa terinspirasi oleh idolanya, tetapi terdapat perubahan kecil pada diri informan yang menyebabkan mereka memiliki pribadi yang lebih baik, lebih produktif, bisa menabung hingga membuka usaha small business demi menghidupi kebutuhannya.

Kata kunci : K-POP, *Korean Wave*, Peningkatan kualitas kehidupan, *Elaborate Likelihood Model*

ABSTRACT

The Hallyu/Korean Wave is widely known by many people, especially in Indonesia. This Korean fever has spread to various groups and does not look at age, position, or even religion. Everyone loves Korean culture. This interest in Korean culture is very dominant among teenagers. This is because many teenagers in Indonesia like K-POP (Korean Pop or Korean Popular Music). This research uses the elaborate likelihood model. This research method is qualitative phenomenology. Data collection techniques were carried out through interviews with five informants who were K-POP fans. The data validity technique uses source triangulation techniques. The results of this research show that K-POP provides a positive role and provides good motivation to its fans, inspiring informants to become hardworking individuals who never give up. Even though not all K-POP fans feel inspired by their idols, there are small changes in the informants that cause them to have better personalities, be more productive, be able to save, and open small businesses to support their needs.

Keywords: K-POP, Korean Wave, Improving Quality of Life, Elaborate Likelihood Model

1. PENDAHULUAN

Antusiasme dari penggemar *Blackpink* di Jakarta sangatlah banyak, hal ini bisa

dibuktikan dengan *Blackpink* yang menggelar konser di Indonesia selama 2 hari terhitung dari tanggal 11-12 Maret 2023, hal ini membuat para fans terlihat sangat antusias menunggu kedatangan mereka di Jakarta, dilansir dalam berita Detikhot.com 77 ribu tiket *Blackpink* habis terjual hanya dengan waktu 15 menit.

Hallyu/Korean Wave sudah banyak dikenal oleh masyarakat khususnya di Indonesia, demam Korea ini sudah merambah keberbagai macam kalangan dan tidak pandang usia, jabatan hingga agama. Semua tumpah ruah menyukai kebudayaan Korea ini. Ketertarikan akan kebudayaan Korea ini sangat terlihat dominan pada kalangan remaja, hal ini dikarenakan banyaknya remaja di Indonesia yang menyukai K-POP (*Korean Pop* atau *Korean Popular Music*).

Banyak perusahaan yang menciptakan aplikasi ini guna dapat memudahkan para fans-fans ini menjalin komunikasi dengan artisnya, untuk jumlah penggemar K-POP terbanyak di dunia, kemudian disusul oleh negara Filipina, Korea Selatan, Thailand, Amerika Serikat, Meksiko, Malaysia, Brazil, India dan Jepang.

(<https://mediaindonesia.com/hiburan/523731/indonesia-negara-dengan-jumlah-fans-k-pop-terbanyak-di-dunia>)

Dengan munculnya budaya K-POP pastinya akan membawa dampak yang positif serta negative, sikap sikap fanatisme anak remaja pasti akan meningkat, hal ini dikarenakan mereka akan secara tidak sadar mengikuti gaya berpakaian, berdandan yang berkaitan dengan idolanya. Dalam perubahan perilaku dan gaya hidup mereka akan menjadi pribadi yang konsumtif dan hedonis, dengan membeli barang-barang yang berkaitan dengan idolanya dan juga meniru fashion idolanya.

Dengan munculnya budaya K-POP pastinya akan membawa dampak yang positif serta negative, sikap sikap fanatisme anak remaja pasti akan meningkat, hal ini dikarenakan mereka akan secara tidak sadar

mengikuti gaya berpakaian, berdandan yang berkaitan dengan idolanya. Dalam perubahan perilaku dan gaya hidup mereka akan menjadi pribadi yang konsumtif dan hedonis, dengan membeli barang-barang yang berkaitan dengan idolanya dan juga meniru fashion idolanya.

Fans-Fans Kpop juga memiliki komunitas secara online lewat media sosial Twitter mereka, hal ini merupakan sebuah wadah untuk mereka dapat berkomunikasi antara satu dengan yang lainnya, berbagi informasi mengenai kegiatan apa yang sedang dilakukan oleh mereka, serta mengetahui hal-hal terupdate mengenai idolanya

Media sosial juga bisa menjadi sebuah wadah untuk masyarakat dapat mempresentasikan dirinya dengan melakukan beragam interaksi dengan masyarakat luas, menjalin kerjasama, berbagi hingga menjalin komunikasi yang dilakukan secara virtual dengan masyarakat yang terhalang jarak, waktu (Nasrullah, 2015, p. 11)

Masyarakat juga dapat berkomunikasi dengan mudahnya dikarenakan sudah majunya teknologi di zaman sekarang, masyarakat dapat berkomunikasi dengan saudara, teman tanpa harus bertemu secara langsung, bahkan dengan teman yang berada diluar negara pun dapat dihubungi dengan mudahnya dikarenakan kemajuan teknologi ini.

Berdasarkan latar belakang diatas, bahwasanya K-POP dapat memberikan motivasi atau berperan kepada anak-anak remaja untuk dapat meningkatkan kualitas kehidupan mereka, anak-anak remaja bisa secara tidak sadar termotivasi setelah melihat idolanya untuk bisa menjadi pribadi yang lebih baik lagi, mereka termotivasi untuk bisa sukses seperti idolanya, mempunyai berat badan yang ideal seperti idolanya. Penggemar K-POP juga selalu memberikan support yang digunakan bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja tanpa ada terhalang waktu dan jarak. Oleh sebab itu dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana K-POP berperan untuk dapat

meningkatkan kualitas kehidupan sosial remaja “Peran K-POP Dalam Meningkatkan Kualitas Kehidupan Sosial Remaja (Study Fenomenologi Pada Remaja Penggemar K-pop di Jakarta)

2.LANDASAN TEORI

Elaborate Likelihood Model

Menurut Elaboration Likelihood Model (ELM), informasi yang sama dapat diproses dengan berbagai cara tergantung pada tingkat partisipasi konsumen (Park, Lee, & Han, 2007). Keterlibatan didefinisikan sebagai relevansi pribadi yang dirasakan suatu produk berdasarkan kebutuhan, minat, dan nilai konsumen (Park, Lee, & Han, 2007). Keterlibatan seseorang terhadap suatu produk, menurut Lee (2009), mempunyai pengaruh yang menentukan dalam proses pengolahan informasi. Lebih jauh lagi, motivasi dan kemampuan individu untuk mengelaborasi pesan mempengaruhi kemungkinan elaborasi.

Teori *Elaboration Likelihood Model* ini pertama kali dikemukakan oleh Psikolog sosial Richard Petty dan John Cacioppo. Teori ini bermanfaat untuk membantu memahami adanya perbedaan (Littlejohn, 2011). Terdapat tiga hal yang penting dalam teori *elaborate likelihood* ini yaitu *motivations*, *opportunity* dan *ability*. Motivasi seseorang akan meningkat ketika pesan yang disampaikan berhubungan dengan tujuannya serta kebutuhan yang sedang dijalani sekarang, konsumen secara tidak langsung akan terlibat dalam tema atau topik masalah yang dikemas dalam pesan tersendiri. *Opportunity*/peluang dapat berkaitan dengan apakah fisik bagi sebagian orang dapat memproses sebuah pesan. Kemampuan/*ability* apakah seseorang merasa familier atau mampu untuk memahami pesan yang disampaikan.

Elaboration Likelihood Model (ELM) adalah teori persuasi yang mencoba memprediksi apakah suatu pesan akan meyakinkan individu atau tidak (Littlejohn & Foss, 2012, p. 108). Menurut Petty dan Cacioppo (1986), elaborasi adalah sejauh

mana seseorang mempertimbangkan secara cermat pentingnya argumen yang disampaikan. KPop dalam hal ini merupakan komunikator yang dengan segala kemampuannya membuat para audiens mendapatkan hiburan sekaligus menjadi role model bagi para penggemarnya dalam hal *fashion* maupun berperilaku.

Dalam teori *Elaborate Likelihood Model* terdapat dua rute dalam memproses informasi. Rute sentral dan *Peripheral*. Rute sentral melibatkan elaborasi pesan, dimana yang dimaksud adalah sejauh mana seseorang berfikir dengan sangat hati-hati mengenai argumen yang relevan dengan masalah yang ada dalam komunikasi tersebut. *Rute perifer* menawarkan jalan pintas untuk menerima dan menolak pesan yang disampaikan secara baik tanpa berfikir mengenai masalah yang dapat menjadi suatu pertimbangan. (Griffin, 2019)

Menurut Elaboration Likelihood Model (ELM), informasi yang sama dapat diproses dengan berbagai cara tergantung pada tingkat partisipasi konsumen (Park, Lee, & Han, 2007). Keterlibatan didefinisikan sebagai relevansi pribadi yang dirasakan suatu produk berdasarkan kebutuhan, minat, dan nilai konsumen itu sendiri (Park, Lee, & Han, 2007). Keterlibatan seseorang terhadap suatu produk, menurut Lee (2009), mempunyai pengaruh yang menentukan dalam proses pengolahan informasi. Lebih jauh lagi, motivasi dan kemampuan individu untuk mengelaborasi pesan mempengaruhi kemungkinan elaborasi.

Pengertian Budaya Populer.

Budaya populer adalah akibat dari globalisasi. Globalisasi merupakan fenomena unik yang terus berkembang dalam masyarakat global dan merupakan aspek integral dari proses kemanusiaan global. Globalisasi memadukan budaya barat dan timur menjadi satu kesatuan yang tidak pernah bisa dipisahkan. Hal inilah yang memungkinkan *Korean Wave* sebagai budaya populer menyebar lebih cepat dan mudah ke seluruh dunia (Larasati, 2018).

Budaya populer berkaitan dengan permasalahan sehari-hari seperti selebriti, fashion, transportasi, dan gaya hidup, yang dapat dinikmati oleh semua orang atau kelompok masyarakat tertentu. Budaya yang menyusup ke ranah hiburan biasanya akan fokus pada unsur populer. Hal ini merupakan salah satu bukti bahwa media memiliki kekuatan dalam menyebarluaskan budaya.

Budaya massa berkaitan dengan budaya populer. Budaya massa adalah budaya populer yang diproduksi menggunakan teknik produksi massal industri dan dipasarkan ke khalayak konsumen yang besar untuk mendapatkan keuntungan. Budaya pop Korea adalah budaya massa yang diapresiasi secara universal dan melampaui batas-batas negara. Budaya pop Korea bukanlah budaya tradisional Korea, melainkan budaya yang dibentuk sesuai selera pasar (*market-driven*).

Kajian Budaya yang didasarkan pada praktik pemaknaan pada representasi, yang melibatkan penyelidikan perkembangan makna dalam berbagai keadaan. Stuart Hall dan *Cultural Studies* berkepentingan untuk mengungkap kendali representasi karena hal ini menantang *status quo*. Kajian budaya kini dianggap sebagai kajian yang menganalisis fenomena sosial kontemporer seperti budaya pop, media, subkultur, gaya hidup, konsumerisme, identitas lokal, dan sebagainya (Luzar & Monica, 2014).

Korean Pop (K-POP)

Menurut *Korean Culture and Informations Service* (2021), secara harfiah *Korean Wave* merupakan sebuah istilah yang pertama kali tercipta dari seorang jurnalis Beijing china pada tahun 1990-an sebagai sebuah gambaran terhadap popularitas industry Korea Selatan pada saat itu.

Menurut (Khairunnisa, 2019, p. 34) K-POP adalah kepanjangan dari Korean Popular yang merupakan sebuah jenis music yang populer di Korea Selatan, sudah banyak jenis music yang ada dalam K-POP dan biasanya lagu K-POP memiliki jenis tempo yang cepat, energik dan dibarengi dengan modern dance. Selain itu anggota K-POP memiliki wajah, serta bentuk badan yang proposional hal ini yang membuat makin

banyaknya masyarakat yang tertarik untuk menirukan gayanya

Perkembangan industry *Korean Wave* saat ini sudah sangat berkembang dengan pesat, termasuk Indonesia. Sudah banyak kebudayaan asing Korea yang masuk ke Indonesia, salah satu contohnya adalah K-Drama dan K-POP. Keduanya sudah memiliki banyak sekali penggemar di Indonesia, hal ini dikarenakan arus globalisasi yang sudah sangat berkembang dengan pesat yang dapat menyebabkan meningkatnya penggemar hiburan Korea Selatan.

Korean Wave sendiri sangat identic dengan dunia hiburan korea seperti, music,drama, makanan, variety show yang dikemas dengan sangat unik dan menyenangkan. Tetapi seiring berjalannya waktu *Korean Wave* sudah merambah kedalam kehidupan sehari-hari seperti menirukan cara berpakaian, makeup, skincare bahkan hingga gaya bahasanya. Di Indonesia music K-POP sudah memiliki banyak sekali peminatnya, music K-POP bisa dibidang menjadi salah satu pilar utama yang membantu pertumbuhan ekonomi Korea Selatan, Pemerintah Korea Selatan juga sangat memanjakan para turis yang berkunjung dengan menjediakan tempat-tempat ikonik yang sangat bagus, seperti salah satu contohnya adalah menjadikan shalte bus menjadi tempat syuting, memiliki daerah pantai kecil yang menjadi tempat populer

3.METODOLOGI

Metode penelitian kualitatif adalah menggunakan fenomenologi, menurut (abdussamar,2021) penelitian tipe fenomenologi ini menjelaskan atau mengungkap makna konsep atau fenomena pengalaman yang didasari oleh kesadaran yang terjadi pada beberapa individu. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara kepada 5 orang informan di jakarta yang menyukai k-pop.

Peneliti menggunakan triangulasi sumber sebagai teknik keabsahan data yang

diharapkan dapat memperoleh hasil data yang lengkap dan jelas melalui beberapa sumber untuk membuat suatu kesimpulan secara sistematis pada hasil penelitian.. Triangulasi menurut Denzin (1978) dalam (Moleong, 2018: 330) terbagi menjadi empat macam, yaitu teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori.

Analisis data kualitatif menurut Bogdan & Biklen, 1982 dalam Moleong (2018: 248) adalah usaha yang dilakukan dengan bekerja dengan data, mengatur data ke dalam unit yang dapat dikelola, menggabungkan data, menemukan dan menemukan pola, mencari tahu apa yang penting dan apa yang telah dipelajari dan apa yang harus diberitahukan kepada orang lain. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengelompokkan dan mereduksi data serta menarik kesimpulan dari hasil wawancara (Pratiwi, Citra & Yunarti, Susi 2023)

4.HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan oleh penulis untuk dapat mengetahui bagaimana peran K-POP dalam meningkatkan kualitas kehidupan social anak remaja. Peneliti menemukan bahwa banyak sekali alasan yang melatar belakangi mereka untuk bisa suka dengan KPOP, menurut mereka terdapat sebuah daya tarik yang dapat menyebabkan mereka bisa menyukai KPOP. Sebagaimana disampaikan oleh para informan sebagai berikut :

Informan pertama menjelaskan:

“Suka sama KPOP itu waktu awal tahun 2018, awal mulanya ya itu aku ngeliat comebacknya Blackpink dengan judul lagu ddu du ddu. Tapi pas awal tau lagu itu aku belum tau banyak KPOP sih dan bahkan dulu aku tuh gasuka gitu sama KPOP. Ketika Blackpink ngeluarin lagu itu aku jadi langsung suka gitu sama lagunya dan langsung mikir ini grupnya bagus dan sesuai juga sama gue. Dari situ deh gue mulai nyari tau soal KPOP Itu kayak gimana, dan mulai cari tau juga soal

Blackpink kayak lagunya itu apa aja, memberinya siapa aja, lagunya tuh apa dan kepribadiannya kayak gimana”

Informan kedua memberikan penjelasan mengenai bagaimana dan juga alasan ia bisa menyukai KPOP, sebagai berikut:

“ Aku Suka sama K-POP itu awal tahun 2019, sebelumnya tuh aku gasuka sama korea sama sekali, aku lebih suka ke lagu western kan, nah mulai tertariknya pas tahun 2019 dari situ tuh awalnya aku suka sama genre musiknya karena menurut aku genre musiknya seru dan itu jadi daya tarik aku bisa suka sama K-POP.”

Informan ketiga:

“Awalnya suka KPOP itu tahun 2018 gara gara aku nonton acara BTS dan pas pertama kali tertarik itu ngeliat si Jonkook BTS habis nonton itu tuh aku ngerasa penasaran sama dia ahirnya aku cari tau seluruh soal dia dan menurut aku dia tuh orangnya seru, lucu ganteng kan jadinya aku tertarik.

Informan keempat:

“Aku suka KPOP itu udah lama banget, aku lupa taunnya tapi seingat aku dari SD aku udah suka KPOP, aku suka lagu-lagunya karena menurut aku itu mereka ada daya tariknya sendiri gitu buat ngajak org suka sama dia. Tapi aku sempat hiatus/fakum suka sama KPOP Itu pas SMP kemudian aku ahirnya balik suka KPOP pas SMA sampe sekarang mulai ngikutin mereka lagi, dan aku juga bukan kpopper yang fanatik gitu bener-bener yang biasa aja karena aku dulu sempet fanatik dan ngerasa cape aja”

Informan Kelima:

“Awalnya aku suka KPOP dari SMP, jadi dulu aku sering banget liat KPOP tuh apa, karena dulu mereka muncul terus di sosmed aku. Awal-awalnya mah kepo ini dia siapa kok muncul terus di sosmed aku. Daya tarik awalnya si pasti karena dia ganteng jadi itu daya tariknya mereka ke penggemarnya. Mereka juga kerjasama antar memberinya kuat gitu jadi menurut gue itu yang buad mereka jadi solid dan buat gue tertarik”

Para informan menyatakan merasa bisa menempatkan dirinya untuk berinteraksi

dengan orang yang merupakan penggemar K-POP atau yang bukan penggemar K-POP, informan ini bisa menempatkan dirinya agar bisa menjalin komunikasi dengan teman-temannya secara baik.

Informan ketiga:

“ada banget, aku ngerasa jadi lebih brani gitu untuk bisa ngobrol duluan atau mulai percakapan dengan orang lain gitu, karena awalnya aku kan susah buat bisa berbaur dengan orang lain ya, tapi semenjak aku suka K-POP Tuh aku jadi bisa lebih gampang nempatin diri kalau mau ngobrol sama org yang demen K-POP juga.”

Informan keempat :

“sebenarnya gaada yang berubah banget, Cuma aku bisa menyesuaikan diri aja kalau ketemu sama temen yang suka K-POP aku bakal menyesuaikan pembahasan sama gaya bicaranya gitu biar nyambung kan, tapi kalau ketemu temen yg biasa kayak temen kampus ya make bahasa biasa aja gitu. Jadi bener-bener menyesuaikan banget lah.”

Informan kelima:

“untuk interaksi sebenarnya gaada yang gimana-gimana banget sih, lebih ke biasa aja. Soalnya menurut aku, kalau aku udah *friendly* aja si ke siapapun jadi gaada perubahan”

Informan pertama, kedua dan ketiga memberikan pendapatnya mengenai komunitas atau fandom K-POP yang mereka ikuti, menurut mereka komunitas tersebut membawa peran positif menjadi orang yang lebih peduli karena *fandom* atau komunitas tersebut antara lain membuat donasi atau penggalangan dana sosial bagi kegiatan yang dibutuhkan, oleh karena itu ia merasa mendapatkan manfaat dan belajar banyak hal yang sebelumnya belum pernah ia lakukan.

Berbeda dengan informan ke empat yang menjelaskan sebagai berikut:

“karena emang idol gak setiap saat mereka *update* soal kehidupannya atau bahkan *comeback* nih, nah kalau misalkan lagi senggang gue mencoba produktif si kayak mengerjakan hal-hal kuliah gue, hal-hal magang, karena gue ngeliat mereka tuh aktif latihan

segala macam, dari pada aku bengong doang mending melakukan hal-hal yang lebih produktif gitu”.

Begitu juga dengan informan kelima, menyatakan bahwa K-POP membawanya lebih produktif,:

“Karena suka *k-pop* aku tuh awal-awal jadi buka *small business*, untuk *small business*nya itu aku ngejual semacam aksesoris gitu. Karena kalau mialnya idol aku comeback atau jual album baru, aku selalu pengen beli albumnya gitu, dan karena itu dapat ngerusak *cashflow* aku gitu jd aku buka *small business* gitu biar lebih produktif buat nabung aja sama buat kedepannya gitu kalau sekiranya aku mau beli apa dan lain-lainnya”.



Gambar1. Contoh bisnis kecil fashion ala korea yang dirintis informan nomor lima

Para informan ini dengan kesadaran dirinya mencoba dengan sebaik mungkin untuk dapat menempatkan dirinya sebaik mungkin dan memosisikan dirinya berada dalam suatu lingkaran, seperti ketika mereka sedang berada di dalam kerumunan atau teman K-POP mereka akan membahasa hal-hal yang berhubungan dengan korea, tetapi ketika mereka sedang berkumpul dengan teman-teman yang non K-POP fans maka mereka akan berbicara selayaknya dengan teman biasa dan tidak ada sangkut pautnya dengan K-POP.

K-POP juga berdasarkan penuturan informan yang tergabung dalam komunitas meningkatkan kepedulian sosial antar sesama, hal ini dikarenakan banyaknya komunitas/fandom K-POP yang berlomba-lomba menggalang dana untuk membantu saudara-saudara disana yang membutuhkan. Peneliti mengambil salah satu kontoh penggalangan dana yang dilakukan oleh ARMY (*fans BTS*) untuk membantu tragedi Kanjuruhan



Gambar2. Komunitas KPop BTS menggalang donasi

Para informan juga merasa dari komunitas tersebut dapat membawa dirinya bisa belajar banyak hal, dikarenakan komunitas tersebut tidak jarang juga menggalang dana sosial. Seperti infoman Anita sampaikan bahwa terdapat penggalangan dana atas tragedi tersebut lewat *platfom* kitabisa.com yang membuat impact postive juga ke dirinya dan juga komunitas K-POP tersebut.

Selain itu tidak hanya musik KPop saja yang disukai melainkan juga budaya Korea dikenal oleh penggemar K-POP, bahasa korea pun sudah menjadi suatu hal yang wajib atau sudah familiar diketahui oleh penggemar K-POP, walaupun hanya satu atau dua kata saja tapi banyak penggemar K-POP yang paham mengenai bahasa Korea. K-POP juga membawa peran positif untuk mereka dilihat bahwa mereka memiliki kemauan untuk dapat meningkatkan kemampuannya dalam belajar bahasa Korea agar dapat bisa memahami bahasa itu sendiri.

Kemudian dalam gaya komunikasi antar sesama penggemar K-POP, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa mereka merasa bahwa mereka menjadi lebih percaya diri jika berbicara dengan penggemar sesama K-POP karena mereka merasa nyambung antara satu sama lainnya.

K-POP juga meningkatkan kepedulian sosial antar sesama, hal ini dikarenakan banyaknya komunitas/fandom K-POP yang berlomba-lomba menggalang dana untuk membantu saudara-saudara yang membutuhkan.

Dalam penelitian ini peneliti mengaitkan dengan *Metode Likelihood Model* dengan *Peripheral Route*, dimana menurut peneliti dalam *Peripheral route* para fans idol K-POP ini mereka menggunakan komponen dari luar isi pesan tersebut dalam memperbaiki sikap mereka

Hal ini dikarenakan banyak informan yang merasa K-POP dapat memberikan mereka motivasi atau kepuasan tersendiri dan juga memberikan peran yang positif untuk kehidupan sehari-harinya. Banyak informan yang menjadi lebih produktif, kreative, mencoba untuk mengimprove dirinya dikarenakan mereka terinspirasi ketika melihat idolanya bekerja keras demi membangun karirnya agar sukses. Berkat K-POP juga bisa merubah keseharian mereka menjadi bisa menabung, bersosialisasi lebih luas lagi dan belajar hal-hal baru seperti belajar Bahasa korea, jepang, inggris dan lainnya. Menurut mereka K-POP juga sangat memberikan peran yang positif dikarenakan mereka bertemu orang orang baru yang berasal dari berbagai macam latar budaya yang berbeda, behasa yang berbeda dan menurut mereka K-POP dapat mempersatukan mereka

Proses elaborasi dikatakan melalui jalur periferal apabila penerima pesan tidak melibatkan elaborasi pesan secara kognitif melainkan hanya melihat kepada siapa yang berbicara atau sumber pesan tersebut. Dengan memiliki ethos, atraksi (daya tarik), dan kekuasaan didalam musiknya, artis KPop mampu menarik perhatian kalangan masyarakat untuk menonton dan menikmati

music serta memberikan respon positif kepada artis KPop idolanya. . Pembentukan personal branding tidak hanya dilihat melalui kalimat yang diucapkan tetapi juga bagaimana komunikator tersebut mencerminkan dirinya dengan baik melalui media yang digunakan. Oleh sebab itu, adanya kualitas argumentasi dan kredibilitas sumber yang dimiliki artis KPop membuktikan bahwa pembentukan personal branding di berbagai saluran media .

5.KESIMPULAN

1. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi peneliti menyimpulkan bahwa K-POP memberikan peran yang positive serta memberikan motivasi yang baik kepada para penggemarnya untuk bisa menjadi pribadi yang pekerja keras, pantang menyerah, walaupun tidak semua penggemar K-POP merasa terinspirasi oleh idolanya, tetapi terdapat perubahan kecil pada dirinya yang menyebabkan ia menjadi pribadi yang lebih baik, produktif, bisa menabung hingga membuka usaha small business demi menghidupi kebutuhannya.
2. Para informan juga mempunyai motivasi untuk bisa belajar kebudayaan korea, Bahasa korea agar dapat mengerti dan mampu berkomunikasi dengan penggemar sesama K-POP, menurut mereka K-POP memberikan dorongan untuk dirinya bisa mengeksklore lebih jauh untuk dapat meingkatkan kualitas kehidupannya. Mereka merasa terpacu akan kerja keras yang dilakukan idolanya baik itu di depan atau dibalik layar, mereka memberikan motivasi tersendiri kepada penggemarnya untuk dapat meningkatkan kualitas kehidupannya menjadi lebih baik lagi

Saran

1. Peneliti menyarankan kepada penggemar K-POP agar tidak terlalu fanatic kepada idolanya, cobalah untuk hanya mengagumi idolanya sebatas wajar dan mengambil nilai-nilai positif

yang ada dari idolanya, seperti pekerja keras dan pantang menyerah

2. Peneliti juga menyarankan untuk penggemar K-POP untuk tidak terinspirasi seluruhnya oleh idolanya, hal ini dikarenakan setiap manusia memiliki porsinya masing-masing untuk mencapai kata “ideal”, seperti jangan terlalu mengikuti kehidupan idolanya soal diet, sehingga berusaha sekuat tenaga untuk tidak makan agar bisa menyamai idolanya, hingga terinspirasi menjadi putih seperti idolanya sehingga para penggemar K-POP ini tidak bisa melihat realita yang ada di masyarakat dan dirinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamar, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV Syakir Media Press.
- Fitri, A. N. (2021). Pengaplikasian Elaborated Likelihood Model dalam Strategi Komunikasi Kampanye “Ingat Pesan Ibu”. *Journal Vol 15 No 2 September 2021*, 118.
- Griffin, E. (2019). *A First Look at Communication Theory*. United States of America: McGraw-Hill Education.
- Hartini, N. (2016). *Ilmu Budaya di dalam Masyarakat*. sleman: CV Budi Utama.
- Heryanto, A. (2018). *Budaya Populer Indonesia*. Jogja: Percetakan Jalasutra.
- Ida, R. (2017). *Budaya Populer Indonesia*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Jeanette, S. P. (2018). Makna Idola Dalam Pandangan Penggemar (Studi Komparasi Interaksi Parasosial Fanboy dan Fangirl ARMY Terhadap BTS). 393-400.
- Khairunnisa, D. (2019). Budaya K-POP dan Kehidupan Sosial Remaja.
- Liliweri, A. (2015). *Pengantar Studi Ilmu Kebudayaan*. Bandung: Nusa Media.
- Littlejohn, S. W. (2011). *Theory of Human Communications*.
- Mumtazinur. (2019). *Ilmu Sosial dan Budaya Dasar*. Aceh: Lembaga Kajian Kontruksi Indonesia (LKKI).
- Munandar, S. (2018). *Ilmu Budaya Dasar*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan*

Sosioteknologi. Bandung: Simbiosia Rekatama Media.

Pratiwi, Citra & Yunarti, Susi 2023, Persepsi dan Pemahaman Mahasiswa Mengenai UU ITE IKRAITH-Humaniora, Vol 7 No 2 Juli 2023

<https://journals.upiyai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/view/2292/1698>

Sarajwati, M. K. (2020). Fenomena Korean Wave di Indonesia.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Sulaeman, M. (2018). *Ilmu Budaya Dasar*. Bandung: PT Retika Aditama.

Sumber lain:

<https://hot.detik.com/kpop/d-6407397/tiket-konser-blackpink-di-jakarta-ludes-kurang-dari-15-menit> Diakses pada 19 Maret 2023 Pukul 15:00

<https://www.billboard.com/artist/bts/> Diakses pada 19 Maret pukul 15:20

<https://www.instagram.com/officialkvibes/?hl=id> Diakses pada 1 April pukul 11:10

<https://mediaindonesia.com/hiburan/523731/indonesia-negara-dengan-jumlah-fans-k-pop-terbanyak-di-dunia> Diakses pada 3 April pukul 14:36

<https://indonesiabaik.id/infografis/pengguna-internet-di-indonesia-makin-tinggi#:~:text=Berdasarkan%20hasil%20survei%20Asosiasi%20Penyelenggara,sebanyak%20210%2C03%20juta%20pengguna> Diakses pada 3 April pukul 16:54

<https://egsa.geo.ugm.ac.id/2020/09/30/fenomena-korean-wave-di-indonesia> Diakses pada 1 Mei pukul 12:01