

**PEMAKNAAN FANATISME *K-POPERS* PADA MASA  
PANDEMI *COVID-19***

**(Studi Fenomenologi Manifestasi dari Makna Fanatisme *K-Popers* bagi *Korean Jjang Community* Garut pada Masa Pandemi *Covid-19*)**

**Novie Susanti Suseno, Neneng C Marlina, Ayu Karlina.**

*e-mail:* [noviesusantisuseno@uniga.ac.id](mailto:noviesusantisuseno@uniga.ac.id) , [nenengcmarlina@uniga.ac.id](mailto:nenengcmarlina@uniga.ac.id) ,  
[ayukrln136@gmail.com](mailto:ayukrln136@gmail.com)

Fakultas Ilmu Komunikasi, Konsentrasi *Public Relations*, Universitas Garut Jl.  
Raya Samarang No.52A Tarogong Kidul, Garut 44151

**Abstrak**

Penelitian ini di latar belakang oleh budaya “*K-Pop*” yang banyak diminati, sehingga di Kabupaten Garut banyak bermunculan Komunitas *K-Popers*. Salah satunya adalah *Korean Jjang Community* yang merupakan komunitas *K-Pop* terbesar di Garut, sehingga KJJC-G dapat dijadikan objek penelitian dengan judul “Pemaknaan Fanatisme *K-Popers* pada Masa Pandemi *Covid-19*”. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan dan menjelaskan lebih dalam mengenai makna fanatisme *K-Popers* pada masa pandemi *Covid-19*.

Metode yang digunakan adalah fenomenologi yang merupakan studi yang mengkaji tentang cara memahami sebuah realitas dapat terbentuk dan dapat dijadikan motif dalam bertindak. Pendekatan yang digunakan Deskriptif Kualitatif, penelitian ini dapat mengungkap bagaimana anggota KJJC-G memaknai fanatisme *K-Popers* pada masa pandemi *Covid-19*. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan menyesuaikan dengan kondisi pandemi *Covid-19* dengan wawancara tidak langsung melalui *WhatsApp* dan panggilan telepon. Penelitian ini juga menggunakan observasi langsung yang dilakukan pada pra penelitian (sebelum pandemi *Covid-19*) sedangkan observasi tidak langsung dilakukan melalui sosial media.

Hasil penelitian menunjukkan Pertama motif fanatisme *K-Popers* pada masa pandemi *Covid-19* karena faktor kebiasaan, waktu luang, banyaknya konten serta ajakan teman dengan bertujuan mendapat hiburan, kedua motif tetap bergabung dalam KJJC-G selama pandemi *Covid-19* karena kewajiban anggota, adanya media penghubung serta kegiatan khusus masa Pandemi *Covid-19*, tujuannya untuk mengisi waktu luang, mendapatkan edukasi dan informasi tentang *K-Pop*, serta berkontribusi dalam konten KJJC-G, ketiga Makna fanatisme *K-Popers* pada masa pandemi *Covid-19* akan dipandang berbeda tergantung dari sudut pandang dan pengalaman. Fanatisme *K-Popers* pada masa pandemi *Covid-19* adalah kegiatan fans fanatik yang berbeda dengan kondisi normal dikarenakan harus menyesuaikan dengan situasi dan kondisi.

**Kata Kunci:** *Covid-19*, Fanatisme, Fenomenologi, *K-Popers*, Makna, Motif.

***Abstract***

*This research is based on the K-pop culture which recently being popular and it makes there so many K-pop communities. One of them is Korean Jjang community which is the biggest K-pop community in Garut. Therefore, the researcher choose KJJC-G (Korean Jjang Community Garut) as the object of the research with entitled " The Meaning Of K-Popers Fanaticism During The Covid-19 Pandemic". The objective of this study is to find more about K-Popers fanaticism during the Covid-19 pandemic.*

*The method used in this study is phenomenology, which is a study that examines how to understand a reality that can be formed and can be used as a reason to take an action. The researcher uses descriptive qualitative approach and this study can reveal how KJJC-G members interpret K-Popers' fanaticism during the Covid-19 pandemic. In collecting the data, the researcher use suitable technique with conditions of the Covid-19 pandemic by indirect interviews through WhatsApp and calls. This study also used direct observation conducted in pre-research (before the Covid-19 pandemic) while indirect observation was carried out through social media.*

*The results of the study show, first the K-Popers' fanatical reason during the Covid-19 pandemic due to factors of habit, free time, lots of content and invitations from friends with the aim of getting entertainment. Second reason for joining KJJC-G during the Covid-19 pandemic are media liaison and special activities during the Covid-19 Pandemic, the goal is to fill spare time, get education and information about K-Pop, and contribute to KJJC-G content and the third meanings of K-Popers fanaticism during the Covid-19 pandemic will be seen differently depending on from your point of view and experience. K-Popers' fanaticism during the Covid-19 pandemic is a fanatical fan activity that is different from normal conditions because they have to adapt to situations and conditions.*

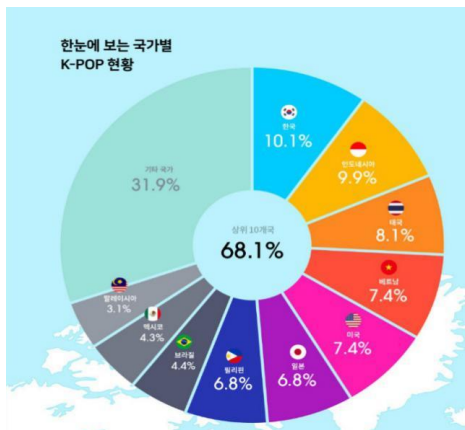
**Kyerwords : Covid-19, Fanaticism, K-Popers, Meaning, Motive, Phenomenology.**

## **PENDAHULUAN**

*K-pop* mulai digemari oleh masyarakat Indonesia dengan menyebarnya budaya Korea terutama di bidang musik, sehingga sering disebut fenomena *K-Pop*. Istilah *K-pop* secara luas digunakan untuk menjelaskan aliran-aliran musik gabungan dari *genre-genre* musik yang ada. *K-pop* identik dengan *boy band* dan *girl band* di mana mereka terdiri dari sekelompok perempuan atau laki-laki yang berada di bawah naungan suatu manajemen atau *agency* (Nugraini, 2016).

Munculnya komunitas *K-pop* disebabkan karena *K-pop* yang semakin mendunia, di mana komunitas tersebut terus berubah semakin besar, yang bisa disebut sebagai *fandom* (Nugraini, 2016). *Fandom* adalah istilah yang digunakan untuk mengartikan sebuah subkultur, berbagai hal dan berbagai kegiatan yang berkenaan dengan penggemar dan kegemarannya (Hollows, 2010).

Pada grafik 2019 *Global K-Pop Map* berdasarkan penelitian data dari pandangan *YouTube* yang dilakukan oleh *BLIP*, 10 negara ini merupakan negara dengan jumlah penggemar *K-Pop* terbesar untuk periode antara Juli 2018 hingga Juni 2019. Indonesia berada di posisi ke-2 dengan berhasil meraih 9,9% dari total *viewers* di *YouTube*. Kecintaan masyarakat Indonesia kepada grup *K-Pop* terus tumbuh kuat karena semakin banyak artis *K-Pop* yang memasukkan Indonesia ke dalam tur mereka yang akan datang. Tak hanya itu, salah satu agensi *K-Pop* besar Korea yakni *SM Entertainment* bahkan telah bekerja sama dengan perusahaan media Indonesia, *Trans media Corp* (wowkeren.com, 2019).



Gambar 1.1 Grafik "2019 Global K-Pop Map"

Sumber : wowkeren.com

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa antusiasme Indonesia terhadap *K-pop* sangatlah tinggi, dengan menjadi negara ke 2 dengan jumlah penggemar terbanyak setelah negara asalnya yaitu Korea, sehingga dapat dikatakan *K-pop* sudah berhasil menjadi budaya populer yang berkembang dengan baik di Indonesia. Dengan segala kepopuleran *K-Pop* di Indonesia tidak sedikit para *Korean addict* indonesia yang dapat dikategorikan sebagai fans fanatik.

Kabupaten Garut merupakan salah satu Kabupaten yang ikut terpapar oleh *Hallyu Wave* khususnya *K-Pop* sehingga sejak 2012 di Garut banyak muncul kegiatan-kegiatan *gathering K-popers* di mana biasanya kegiatan yang dilakukan sekama *gathering K-Popers* yaitu melakukan perkumpulan dengan para *K-popers* untuk berbagi cerita dan pengalaman selama menjadi *K-Popers*. Bahkan mereka sering merencanakan menonton konser dan merencanakan kegiatan *K-Pop Project* lainnya. Seiring berjalannya waktu *gathering K-popers* Garut semakin sering dilakukan serta jumlah peserta yang terus bertambah di mana dalam kegiatan *gathering* itu banyak peserta yang memiliki minat dan *skill dance*,

sehingga di Kabupaten Garut mulai muncul beberapa komunitas pecinta *K-Pop* dengan *background* anggotanya yang memiliki bakat seni tari sehingga biasanya komunitas tersebut disebut *agency dance cover*. Salah satunya yakni *IKC-ent (Independent K-Pop Crew)*, *KDC-ent (Korean Diamond City)* dan *Crown-ent (Lucky, 2020)*.

Kegiatan komunitas *K-Pop* dengan *background agency dance cover* biasanya terfokus dalam melakukan latihan *dance*, sehingga anggota selain admin dan manajer biasanya harus memiliki bakat *dance*. Karena kegiatan rutin mereka adalah melakukan *dance practice*, mengikuti acara *dance cover perform*, dan kadang membuat *event gathering K-pop*. (Lucky, 2020). Pada tahun 2016 hadir komunitas *K-Pop* baru di Kabupaten Garut *KJJC-G (Korean Jjang Community)* di mana komunitas tersebut berfungsi mejadi media atau lingkup para anggota *KJJC-G* untuk *sharing* serta melakukan hobi yang sama. *KJJC-G* berbeda dengan komunitas *K-Pop* Garut yang biasanya memfokuskan anggota untuk melakukan *dance cover*, namun di *KJJC-G* latar belakang anggotanya juga beragam. Meskipun tetap ada konten *dance cover* tetapi tidak diwajibkan hanya menyesuaikan dengan bakat dan keinginan para anggota, karena konten kegiatan mereka difokuskan pada kegiatan harian seperti nonton bareng Drama Korea, *Music Vidio K-Pop*, *Variety Show*, melakukan *birthday project*, berbagi cerita melakukan *challenge* atau *take vidio lucu*, *dance cover*, menabung untuk membeli album dan nonton konser. Kegiatan *KJJC-G* tersebut biasanya dilakukan di *base camp*. *KJJC-G* juga sering mengabadikan momen berkumpulnya melalui akun *Instagram* dan channel *YouTube* (Desma, 2020).

Berdasarkan pemaparan materi di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Fanatisme *K-popers*, dikarenakan budaya Korea khususnya *K-pop* sedang marak di Indonesia khususnya di Kabupaten Garut. Garut memiliki beberapa komunitas penggemar budaya Korea. Dengan adanya beberapa komunitas *K-Pop* di Kabupaten Garut menandakan bahwa minat masyarakat Garut terhadap *K-Pop* cukup tinggi. Dengan adanya beberapa komunitas pecinta budaya Korea di Garut peneliti memilih KJJC-G (*Korean Jjang Community* Garut) sebagai objek penelitian yang akan diteliti, dikarenakan KJJC-G merupakan komunitas pecinta budaya Korea yang sedang menjadi trending topik di kalangan *K-popers* Garut, selain dari itu KJJC juga merupakan komunitas yang sangat aktif di media sosial seperti *Instagram* dan *YouTube* sehingga akan membantu pengamatan yang tidak dapat dilakukan secara langsung di tengah pandemi *Covid-19*. Berdasarkan konteks penelitian yang telah peneliti kemukakan di atas, peneliti akan mengangkat fenomena ini dengan judul “Pemaknaan Fanatisme *K-Popers* pada Masa Pandemi *Covid-19*”.

## PEMBAHASAN

### • Teori Fenomenologi Alfred Shutz

Fenomenologi adalah cara membangun pemahaman tentang realitas. Pemahaman tersebut dibangun dari sudut pandang para aktor sosial yang mengalami peristiwa dalam kehidupannya. Pemahaman yang dicapai dalam tataran personal merupakan konstruksi Subjektivitas (Nurhadi, 2015).

Seperti yang disebutkan oleh Moeloeng, aspek subjektif dari perilaku orang merupakan hal yang ditekankan oleh

kaum fenomenologis. Untuk mengerti apa dan bagaimana memahami yang dikembangkan oleh mereka di sekitar situasi dan kehidupannya sehari-hari, mereka berusaha untuk masuk ke dalam dunia konseptual para subjek yang ditelitinya selesai sehingga (Moleong, 2012). Penelitian fenomenologi mencoba menjelaskan atau mengungkap makna konsep atau fenomena pengalaman yang didasari oleh kesadaran yang terjadi pada beberapa individu. Penelitian ini dilakukan dalam konteks yang alami, sehingga tidak ada kendala dalam memaknai fenomena yang dikaji (Creswell, 2002).

Adapun fokus penelitian fenomenologi adalah sebagai berikut (Mulyana, Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, 2008).

#### 1. *Textual description* :

fenomena merupakan apa yang dialami subjek penelitian

#### 2. *Structural description* :

bagaimana pengalamannya dapat dimaknai oleh subjek penelitian.

Motif menurut Alfred Schutz, Motif merupakan hal yang berasal dari dalam dirinya untuk melakukan sesuatu di mana hal tersebut merupakan dorongan, keinginan, hasrat dan tenaga penggerak lain. Kegiatan-kegiatan yang biasa dilakukan sehari-hari juga mempunyai motifnya tersendiri sehingga motif-motif itu memberikan tujuan serta arahan kepada tingkah laku. Berikut merupakan gambaran keseluruhan fase motif dari tindakan seseorang. Dua jenis motif menurut Alfred Schutz sebagai berikut:

- Motif “untuk” (*in-order-to motive*) yang merupakan maksud, harapan, rencana, dan minat yang biasanya bisa menjadi dasar dari tujuan suatu

motif yang berorientasi pada masa depan;

- Motif “karena” (*because-motive*) yang merupakan hal-hal yang berorientasi pada manfaat di masa lalu, berarti sesuatu yang merujuk pada pengalaman masa lalu individu (Sapthianthi, 2019).

- **Teori Konstruksi Realitas Sosial**

Peter L. Berger dan Thomas Luckmann merupakan pencetus sebuah teori sosiologi kontemporer yaitu konstruksi sosial. Kajian teoretis dan sistematis mengenai sosiologi pengetahuan dan bukan sebagai pembahasan tentang perkembangan disiplin ilmu merupakan inti dari teori konstruksi sosial sehingga, teori ini memfokuskan pada tindakan manusia sebagai pelaku yang kreatif dari kenyataan sosialnya, hal-hal yang bertentangan dengan tokoh, kecenderungan dan hal-hal lain, (Poloma, 2000).

Menurut Berger dalam Poloma (2000) Berger menemukan konsep dialektika yang bisa menghubungkan antara yang subjektif dan objektif melalui sebuah konsep, yang dikenal dengan internalisasi, eksternalisasi dan objektivasi dengan penjelasan sebagai berikut.

- a. Internalisasi ("*man is social product*"), adalah individu yang mengatur diri sendiri di tengah-tengah lembaga sosial atau organisasi sosial di mana individu tersebut menjadi anggotanya.
- b. Eksternalisasi ("*society is human product*"), adalah karya sendiri dengan dunia sosio kultural sebagai produk manusia.

- c. Objektivasi ("*society is an objective reality*"), adalah interaksi sosial dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengubah institusionalisasi.

- **Pengertian Makna**

Konsep komunikasi mencakup lebih dari pada berfikir penafsiran atau memahami seorang individu dapat disebut sebagai makna. Makna yang berkaitan dengan komunikasi pada hakikatnya merupakan fenomena sosial. Makna selalu membahas banyak aspek-aspek pemahaman yang berhubungan dengan para komunikator (Sobur, 2009).

Model proses makna Johnson (dalam Sobur, 2009) menawarkan penerapan implikasi untuk komunikasi antar manusia, yaitu:

- a. Makna tidak terletak pada kata-kata pada manusia tetapi makna ada dalam diri manusia. Kita mengomunikasikan makna yang ingin disampaikan lewat kata-kata. Namun kata-kata ini tidak sepenuhnya sempurna dan lengkap seperti yang kita maksudkan. Demikian pula, makna yang didapat pendengar dari pesan-pesan kita akan sangat berbeda dengan yang ingin kita komunikasikan.
- b. Makna berubah. banyak dari kata-kata yang digunakan sejak 200-300 tahun yang lalu mengalami perubahan dan khususnya terjadi dalam dimensi emosional dari makna.
- c. Makna membutuhkan referensi. Semua komunikasi di dunia nyata, komunikasi hanya masuk akal bila mana, ia memiliki ikatan dengan dunia atau lingkungan eksternal.

- d. Penyingkatan yang berlebihan akan mengubah makna. Penyingkatan yang berlebihan tanpa mengaitkan dengan acuan yang konkret dan dapat diamati. Untuk menghindari masalah komunikasi yang timbul akibat Penyingkatan perlu dikaitkan dengan objek, kejadian dan perilaku dalam dunia nyata maka untuk memperoleh pemahaman makna perlu referensi
- e. Makna tidak terbatas pada suatu saat tertentu. jumlah kata-kata, suatu bahasa terbatas, tetapi maknanya tidak terbatas. Karena itu, sebagian besar kata memiliki makna.
- f. Makna dikomunikasikan hanya sebagian besar. Makna yang kita peroleh dari suatu peristiwa (*event*) berubah multi aspek dan sangat kompleks, tetapi hanya sebagian saja dari makna-makna ini yang benar-benar dapat dipahami.

- **Pengertian Fanatisme**

Fanatisme berasal dari bahasa Latin “*fanaticus*” (ekstasi, antusiasme, menggebu-gebu), “*fanum*” (tempat suci, kuil, tempat pemujaan), dan “*fano*” (pengabdian). Berdasarkan terminologi, fanatisme dapat diartikan sebagai pengabdian pada tempat suci atau kuil secara antusias dan menggebu-gebu. Usaha untuk mengejar atau mempertahankan sesuatu dengan cara-cara yang ekstrem dan penuh hasrat, melebihi batas kewajaran merupakan definisi fanatisme hasil rumusan para pakar psikologi (Solehah,2014)

*Oxford Advance Learner's Dictionary Of Current English* menuliskan bahwa “*Fanatik is a person who is too enthusiastic about something*”. Fanatik adalah seseorang yang mempunyai antusiasme berlebihan terhadap sesuatu.

Fanatik adalah seseorang yang memiliki semangat berlebihan dalam urusan politik atau agama. Kata yang sama dapat juga diartikan sebagai seseorang yang memiliki ketertarikan pada yang kuat terhadap aktivitas tertentu. Fanatik dan fanatisme memiliki pengertian yang berbeda, fanatik merupakan sebuah sifat yang muncul pada diri seseorang ketika ia menganut paham fanatik (fanatisme). Objek fanatisme dapat mengacu pada sebuah merek, produk, orang (contohnya artis), hal lainnya.

- **Pengertian K-Popers**

*K-Popers* merupakan sebutan bagi para pecinta atau penyuka *K-Pop*. *K-Pop* merupakan salah satu bagian dari budaya populer *Hallyu*, dimana makna dari kata *K-Pop* itu sendiri terdiri dari 2 kata yaitu “K” berarti *Korean* dan “Pop” berarti *populer* sehingga jika digabungkan keduanya berarti “*Korean Populer*”, namun pada dasarnya *K-Pop* ini hanya meliputi budaya populer Korea dari segi musiknya saja. Musik populer Korea atau musik pop Korea (*K-pop*) muncul sebagai salah satu komunitas budaya populer Korea yang menyebar ke seluruh dunia melalui gelombang *Hallyu* atau *Korean Wave*. *K-pop* merupakan salah satu budaya populer yang dapat diterima dengan mudah oleh masyarakat internasional hingga membentuk budaya baru, yaitu budaya penggemar *K-pop*. Dimulai dari fenomena *Korean Wave*, *K-pop* merupakan produk budaya populer unggulan Korea Selatan yang mampu memberikan pengaruh besar terhadap menguat nya hubungan bilateral dan peningkatan perekonomian negara.

*Hallyu* adalah fenomena trans nasional yang memiliki pengikut setia tidak hanya di Korea tetapi juga di seluruh dunia, muncul ke adegan media internasional baru: Kemunculan global nya telah digambarkan

sebagai "tsunami budaya" dan diungkapkan dalam kata-kata seperti "Meledak," "menyapu," dan "menyerang" yang menggambarkan kekuatan dan lonjakan produk budaya dan popularitas nya (Lee & Han, 2010).

- **Pengertian Komunitas**

Pengertian komunitas sering disamakan dengan kelompok, namun komunitas merupakan bagian dari kelompok yang ada di dalam masyarakat. Komunitas biasanya identik dengan suatu kelompok yang memiliki karakteristik khusus komunitas selalu dihubungkan dengan konsep sistem sosial, karena komunitas dianggap sebagai salah satu tipe atau karakteristik khusus dalam interaksi sosial yang bakal membentuk sistem sosial dalam masyarakat (Liliweri, 2014).

- **Pengertian Pandemi COVID-19**

Pandemi adalah suatu tingkatan penyakit atau wabah berdasarkan penyebarannya. Secara garis besar ada tiga level penyakit yang dikenal dalam dunia epidemiologi, yaitu endemi, epidemi, dan pandemi. *Centre for Disease Control and Prevention (CDC)* memberikan definisi masing-masing pada tiga level penyakit tersebut: endemi adalah suatu penyakit menular yang kehadirannya bersifat konstan dalam suatu populasi dengan jangkauan wilayah tertentu, epidemi adalah penambahan angka kasus penyakit, seringkali mendadak, dan terkadang melampaui batas normal yang diprediksi pada populasi di suatu cakupan wilayah, sedangkan pandemi adalah epidemi yang sudah menyebar pada beberapa negara dan benua dengan jumlah penularan yang masif. Dengan dicetuskan nya *Covid-19* sebagai

pandemi dimana virus tersebut sudah tersebar di berbagai negara membuat berbagai negara menerapkan peraturan ketat terkait tatanan aktivitas sosial masyarakatnya, dimana peraturan tersebut menghimbau agar masyarakat menghentikan sementara aktivitasnya khususnya aktivitas yang bersifat informal atau tidak penting (Yuliana, 2020).

## **METODE PENELITIAN**

Untuk membuat sebuah penelitian, ada beberapa macam metode yang dapat dipilih sehingga penelitian dapat terselesaikan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Metode ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampling bahkan populasi atau samplingnya sangat terbatas. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari sampling lainnya. Disini yang lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas) data (Kriyantono, 2006). Dalam penelitian kualitatif ini penulis menggunakan teknik purposive sampling. Teknik ini mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan penelitian (Kriyantono, 2006).

Pemilihan informan dilakukan dengan strategi purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik pengambilan sample sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek atau



situasi sosial yang diteliti (Sugiyono, 2013). Penentuan informan yang penelitian ditetapkan untuk dapat menyelesaikan penelitian ini adalah lima orang anggota *Korean Jjang Community* Garut yang dapat dikategorikan sebagai penggemar *K-Pop* yang sudah menyukai *K-Pop* minimal 5 tahun. Sehingga pengalaman informan memungkinkan dapat membantu memberikan data dan informasi yang dapat membantu proses penelitian.

Untuk mendapatkan data yang relevan, penulis membuat metode pengumpulan data. Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan periset untuk mengumpulkan data. Ada beberapa teknik atau metode pengumpulan data yang biasanya dilakukan oleh periset. Metode pengumpulan data ini sangat ditentukan oleh metodologi riset, apakah kuantitatif atau kualitatif (Rachmat, 2009:93). Dalam tahap pengumpulan data ini penulis melakukan beberapa tahapan yang akan dilakukan oleh penelitian untuk mengumpulkan data seperti observasi, wawancara dan studi pustaka sehingga dapat relevan dengan penelitian ini.

## HASIL PENELITIAN

Pada bagian ini, peneliti akan memaparkan mengenai hasil temuan penelitian di lapangan terkait makna fanatisme *K-Popers* pada masa pandemi *Covid-19*

**Motif untuk dari informan yang memilih melakukan fanatisme *K-Pop* pada masa pandemi *Covid-19*** pasti karena mereka memiliki motif untuk memenuhi harapan dan kebutuhan dari dalam dirinya ataupun kebutuhan untuk masa depan. Motif yang termasuk pada jenis motif "*in order motive*" adalah : Motif kebutuhan, contohnya menurut pemaparan dari hasil wawancara yang telah dilakukan dengan informan adalah kebutuhan untuk mendapat hiburan,

mengetahui informasi terbaru yang berkaitan dengan idola yang disukainya. Hal tersebut sesuai dengan konsep Motif "*untuk*" (*in order motive*), adalah sebuah tujuan untuk menggambarkan maksud, rencana, tujuan, harapan, minat dan sebagainya. Dimana setiap tujuan seseorang memerlukan motif yang berorientasi pada masa depan. atau dapat disebut bahwa, jenis motif ini lebih mendasar kepada alasan seseorang dalam melakukan sebuah tindakan yang merupakan suatu usaha untuk menciptakan situasi dan kondisi yang diharapkan di masa yang akan datang. Motif "*karena*" (*Because motive*) muncul pada *K-Popers* yang merupakan anggota KJJC-G akibat mereka melihat masa lalu atau pengalaman dan pengetahuannya sebab mereka memilih untuk melakukan kegiatan fanatisme *K-Popers* pada masa pandemi *Covid-19*. Seperti yang ungkapkan oleh seluruh informan bahwa mereka melakukan fanatisme *K-Pop* karena sebelumnya pun mereka adalah *K-Popers* sehingga pada masa pandemi *Covid-19* waktu senggang mereka semakin banyak sehingga kegiatan mereka sebagai *K-Popers* menjadi lebih banyak. Selain itu mereka juga mengungkapkan bahwa intensitas kegiatannya sebagai *K-Popers* meningkat karena dengan kondisi pandemi *Covid-19* industri hiburan Korea Selatan banyak memberikan konten *online* yang bisa dinikmati oleh *fans*. Hal tersebut sudah termasuk motif ketertarikan secara sadar yang alami oleh manusia untuk melakukan fanatisme *K-Pop* pada masa pandemi *Covid-19*.

**Motif para anggota *Korean Jjang Community* tetap bergabung dalam komunitas pada masa pandemi *Covid-19*** pasti karena mereka memiliki motif untuk memenuhi harapan dan kebutuhan dari dalam dirinya ataupun kebutuhan untuk masa depan. Motif yang termasuk pada jenis motif



“*in order motive*” adalah : Motif kebutuhan, contohnya menurut pemaparan dari hasil wawancara yang telah dilakukan dengan informan adalah kebutuhan untuk mendapat teman *sharing* seputar *K-Pop* serta mengisi waktu luang karena KJJC-G selalu memiliki konten kegiatan yang menarik hal tersebut yang menjadi alasan para member KJJC-G tetap bergabung dalam KJJC-G pada masa pandemi *Covid-19*. Motif “karena” (*Because motive*) muncul di akibatkan beberapa alasan yang seperti yang disampaikan oleh informan dalam wawancara yang telah dilakukan peneliti. Motif “karena” (*Because motive*) muncul pada *K-Popers* yang merupakan anggota KJJC-G akibat mereka melihat masa lalu atau pengalaman dan pengetahuannya sebab mereka tetap bergabung dalam KJJC-G pada masa pandemi *Covid-19*. Seperti yang ungkapkan oleh seluruh informan bahwa mereka tetap bergabung dengan KJJC-G pada masa pandemi *Covid-19* sebelumnya pun mereka adalah member KJJC-G sehingga jika KJJC-G memiliki kegiatan maka mereka sewajarnya harus ikut berkontribusi. Selain itu mereka juga beranggapan bahwa admin KJJC-G selalu memiliki inovasi terkait konten menarik yang dibuat KJJC-G selama masa pandemi *Covid-19*.

**Makna fanatisme *K-Popers* bagi KJJC-G pada masa pandemi *Covid-19*.** Masing-masing informan memiliki makna tersendiri yaitu bagi beberapa informan fanatisme *K-Popers* adalah suatu kegiatan atau sifat dari *fans K-Pop* yang berlebihan dalam mencintai idol nya dimana biasanya *K-Popers* fanatik ini cenderung tidak mementingkan apapun asalkan dirinya bisa memuaskan obsesinya dengan anggapan hal tersebut adalah bentuk dukungan. Sedangkan makna fanatisme *K-Popers* pada masa pandemi *Covid-19* berbeda dengan kondisi normal dimana yang

membedakan dari segi kegiatan *K-Popers* fanatik selama masa pandemi *Covid-19* tidak bisa berjalan normal dimana para *K-Popers* fanatik hanya bisa menjadi *K-Popers* biasa meskipun pada kenyataannya *K-Popers* fanatik selalu memiliki segala cara agar lebih unggul dari *K-Popers* biasa.

Dalam kondisi normal selain membeli album dan segera *merchandise K-Pop* biasanya *K-Popers* fanatik mengikuti jadwal kegiatan sang idol secara langsung seperti *tour konser, fans ign* bahkan *airport fan cam*. Dengan kondisi *Covid-19* membuat banyak kegiatan diliburkan dan menuntut orang-orang beraktivitas di dalam rumah membuat intensitas waktu kegiatan para *K-Popers* online pun menjadi meningkat sehingga bisa dikategorikan sebagai fans fanatik.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berikut ini hasil penelitian yang ditarik kesimpulannya kepada beberapa point di bawah ini:

1. Motif yang dimiliki anggota KJJC-G dalam melakukan fanatisme *K-Popers* pada masa Pandemi *Covid-19* dibagi kedalam dua aspek motif yaitu “Motif karena” yang biasanya menjadi alasan dilakukannya kegiatan tersebut yang terdiri dari motif sudah menjadi *K-Popers* sebelumnya, adanya waktu luang, tersedianya konten, adanya teman sesama *K-Pop* dan terakhir membutuhkan referensi seputar *K-Pop* untuk konten *YouTube*. Motif kedua adalah “Motif Untuk” yang biasanya menjadi tujuan yang ingin dicapai dengan melakukan kegiatan tersebut yang terdiri dari motif mengisi waktu luang, hiburan, dan yang terakhir

mengisi konten *YouTube*. Dari kedua motif dapat disimpulkan bahwa anggota KJJC-G melakukan fanatisme *K-Popers* pada masa Pandemi *Covid-19* karena memiliki alasan dan tujuan masing-masing.

2. Motif para anggota *Korean Jjang Community* Garut tetap bergabung dalam komunitas *K-Pop* pada masa pandemi *Covid-19* dibagi kedalam dua aspek motif yaitu “Motif karena“ yang biasanya menjadi alasan dilakukannya kegiatan tersebut yang terdiri dari motif karena kewajiban sebagai admin, kewajiban anggota, adanya konten dan media penghubung, dan terakhir karena membutuhkan teman *sharing* tentang *K-Pop*. Motif kedua adalah “Motif Untuk” yang biasanya menjadi tujuan yang ingin dicapai dengan melakukan kegiatan tersebut yang terdiri dari motif untuk mendapat informasi dan edukasi tentang Korea Selatan, mengisi waktu luang, menjaga komunikasi dengan anggota, membuat konten yang bisa membuat KJJC-G tetap aktif. Dari kedua motif dapat disimpulkan bahwa anggota KJJC-G tetap bergabung pada masa pandemi *Covid-19* karena memiliki alasan dan tujuan masing-masing.
3. Makna fanatisme *K-Pop* pada masa pandemi *Covid-19* yang diberikan oleh anggota KJJC-G menjelaskan bahwa makna itu ada karena hasil dari konstruksi realitas sosial, pemaknaan setiap orang terhadap satu objek pasti akan berbeda karena makna di konstruksi berdasarkan realitas yang meliputi pengalaman, masa lalu, pemikiran dan lingkungan. Seperti halnya makna fanatisme *K-Popers* pada masa pandemi *Covid-19* menurut para *K-Popers* akan berbeda meskipun akan ditemukan beberapa kesamaan

pendapat dikarenakan beberapa faktor persamaan yang dipengaruhi oleh pengalaman, pemikiran dan lingkungan. *K-Popers* fanatik merupakan seseorang yang memiliki rasa cinta berlebih terhadap *K-Pop*, mereka *fans* yang sangat loyal terhadap idolanya sehingga tidak segan memberikan dukungan dalam bentuk moral ataupun material di pandemi *Covid-19* mereka tetap memberikan dukungan maksimal pada idolanya meskipun kegiatan yang mereka lakukan berbeda dengan kondisi normal. Di mana pada kondisi normal mereka bisa memberikan dukungan pada idol secara langsung dengan menonton *live* konser, *fan sign*, dan membeli *merchandise K-Pop*, sedangkan pada kondisi *Covid-19* mereka banyak memiliki banyak waktu luang namun hanya dapat melakukannya secara *online* seperti menonton konser *online*, *fan sign online* dan kegiatan *fans online* lainnya.

## Saran

### Saran Teoretis

1. Peneliti berharap agar para peneliti-peneliti selanjut nya dapat mengkaji lebih dalam terkait makna fanatisme *K-Popers* sehingga dapat ditemukan tidak hanya terbatas pada makna dan motif saja.
2. Bagi calon peneliti yang akan datang, khususnya penelitian mengenai pemaknaan fanatisme *K-Popers*, ada baiknya perbanyak membaca buku dan jurnal yang terkait dengan tema penelitian tersebut agar menambah pengetahuan yang dapat dijadikan sebagai landasan atau pembelajaran sebelum melakukan penelitian dan bagi peneliti selanjutnya, peneliti menyarankan untuk menggunakan teori

Drama Turgi di mana penelitian tersebut akan memberikan hasil yang berbeda hasil yang diperoleh oleh peneliti, karena dengan meneliti dengan teori Drama Turgi kita bisa melihat dua peran yang dilakukan oleh objek penelitian yaitu sebagai manusia biasa dan sebagai *K-Popers*. Hal ini dilakukan agar mendapatkan nilai kebaruan dari penelitian yang dilakukan.

### **Saran Praktis**

#### 1. Komunitas KJJC-G

Penelitian ini menjelaskan bagaimana anggota KJJC-G membentuk motif dan makna terhadap *K-Pop* pada masa pandemi *Covid-19*. Sebelum melakukan suatu kegiatan atau hobi ada baiknya melakukan penilaian terlebih apakah hobi tersebut akan menimbulkan manfaat positif atau justru berdampak negatif, anggota KJJC-G juga harus pandai-pandai mengatur waktu dan keuangan agar hobi yang dilakukan tidak merugikan diri sendiri ataupun orang-orang di sekitar. Sehingga dengan adanya penelitian ini diharapkan anggota KJJC-G dapat menilai alasan dan tujuan tetap menyukai *K-Pop* selama masa pandemi *Covid-19* agar kegiatan yang dilakukan jauh lebih bermanfaat dan tidak dinilai menjadi hobi yang negatif oleh orang-orang di sekitar.

#### 2. Masyarakat

Dengan adanya penelitian ini diharapkan agar masyarakat memiliki pemikiran terbuka terkait perbedaan hobi satu sama lain, dimana kita harus saling menghargai hobi satu sama lain karena setiap orang memiliki penilaian dan alasan tersendiri terkait hobi yang dilakukannya. Selama hobi tersebut bukan suatu hal yang menyimpang dan

merugikan pihak lain maka hobi tersebut tidak sepatutnya dipermasalahkan, terutama pada masa pandemi *Covid-19* banyak orang-orang yang semakin intens melakukan hobinya.

### **Saran Bagi Peneliti Selanjutnya**

1. Penelitian ini dapat dilakukan kembali terkait dengan jenis Makna fanatisme *K-Popers* yang merujuk pada kondisi normal sehingga wawancara terhadap informan dan observasi penelitian dapat dilakukan secara langsung sehingga data yang dikumpulkan akan lebih jelas serta dapat dijadikan pembandingan dengan fenomena fanatisme pada masa pandemi *Covid-19*.
2. Penelitian yang dilakukan selanjutnya tidak terbatas dalam mengkaji suatu fenomena agar penelitian yang dilakukan mendapat nilai kebaruan yang menarik, artinya peneliti bisa menggabungkan dengan fenomena menarik lainnya tidak hanya sebatas fenomena fanatisme *K-Popers*.

### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **Buku :**

- Creswell, J. W. (2002). *Desain Penelitian*. Jakarta: KIK Press.
- Hollows, J. (2010). *Feminisme, feminitas dan budaya populer*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Lee, J., & Han, H. (2010). Study on the KBS TV Drama Winter Sonata. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 24(2/3), 115-126.
- Liliweri, A. (2014). *Sosiologi & Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Moleong, L. J. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2008). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Nurhadi, Z. F. (2015). *Teori - Teori Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Poloma, M. (2000). *Sosiologi Kontemporer*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Prasad.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: , PT Remaja Rosdakarya.
- Sobur, A. (2009). *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.

### Skripsi / Jurnal

- Nugraini, E. D. (2016). *Fanatisme remaja terhadap musik populer korea dalam perspektif psikologi sufistik (Studi kasus terhadap EXO-L) (skripsi)*. Semarang: Fakultas Ushuluddin UIN Walisongo
- Sapthianthi. (2019). *Makna SPG ( Studi fenomenologi tentang makna peran mahasiswa sebagai sales promotion girl roko di PT Djarum Indonesia)*. Garut.

### Internet :

- wowkeren.com. (2019, agustus 23). *Inilah 10 Negara Dengan K-Pop Stan Terbesar Tahun 2019 Berdasarkan Data YouTube, Ada Indonesia?* Dipetik desember 02, 2019, dari wowkeren.com: <https://www.wowkeren.com/berita/taampil/00269788.html>
- Yuliana. (2020). *Corona Virus Diseases ( Covid-19 ) ; Sebuah Tinjauan Literatur. WELLNESS AND HEALTHY MAGAZINE Volume 2, Nomor 1, Februari 2020, 187-192.*

### Wawancara

- Desma. (2020, Mei 07). *Kegiatan KJJC*. (A. Karlina, Pewawancara)
- Lucky. (2020, Mei 03). *Sejarah Komunitas K-Popers Garut*. (A. Karlina, Pewawancara)