
Fenomena Korean Wave dan Euforia Fanatisme K-Pop Fandom dalam Bermedia Sosial

The Phenomenon of the Korean Wave and the Euphoria of K-Pop Fandom in Social Media

Chyntia Maharani^{1*}, Viza Juliansyah¹, Desca Thea Purnama¹

¹Department of Social and Political Sciences, Universitas Tanjungpura, Pontianak, Indonesia

*Corresponding author: chyntiamaharani11@gmail.com

Article Info

Received:
08/03/2024;

Received in revised form:
21/02/2025;

Accepted:
30/09/2025;

Available online:
30/09/2025;

2549-9505/© 2025 The
Authors. Published by
Universitas Muhammadiyah
Purwokerto.

DOI:
[10.30595/jssh.v9i2.21384](https://doi.org/10.30595/jssh.v9i2.21384)

Abstract

Penelitian ini mengeksplorasi tentang fenomena Korean Wave dan euforia fanatisme di antara penggemar K-Pop di media sosial, beserta dampaknya. Penelitian bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana Korean Wave membentuk fanatisme penggemar di media sosial, menjabarkan pola fanatisme penggemar terhadap K-Pop, serta mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi perilaku fanatik. Metode penelitian deskriptif digunakan dengan subjek penggemar K-Pop baik dari komunitas (fandom) maupun individu diluar komunitas (fandom). Pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Korean Wave memainkan peran penting dalam membentuk perilaku fanatisme dengan memperkuat ikatan emosional antara penggemar dan idola. Solidaritas di antara sesama penggemar juga terbentuk, tetapi dapat berpotensi menghasilkan energi negatif. Selain itu, dalam fenomena Hallyu, peneliti juga menyoroti peran media sosial dan strategi pemasaran idola K-Pop. Pentingnya penelitian ini adalah untuk memahami dinamika perilaku fanatisme di era digital dan dampaknya terhadap individu dan masyarakat.

Kata Kunci: fanatisme; fandom; korean wave; media sosial

This research explores the phenomenon of the Korean Wave and the euphoria of fanaticism among K-Pop fans on social media, along with its impact. The study aims to describe how the Korean Wave shapes fanatical behavior on social media, outline the patterns of fanatical behavior towards K-Pop, and identify factors influencing fanatical behavior. Descriptive research method is employed with subjects consisting of both K-Pop fans from fandom communities and individuals outside of fandom communities. Data collection involves observation, interviews, and documentation. The results indicate that the Korean Wave plays a significant role in shaping fanatical behavior by strengthening emotional bonds between fans and idols. Solidarity among fans is also formed but may potentially generate negative energy. Additionally, within the Hallyu phenomenon, the research highlights the role of social media and marketing strategies for K-Pop idols. The importance of this research lies

in understanding the dynamics of fanaticism behavior in the digital age and its impact on individuals and society.

Keywords: *fanaticism; fandom; korean wave; social media*



This is an open access article under the CC BY license

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

1. Pendahuluan

Globalisasi telah menjadi istilah umum yang sering disebut sejak beberapa tahun belakangan, hal ini dikarenakan kehadiran globalisasi mendorong terjadinya fenomena sosial yang membawa banyak perubahan di seluruh dunia. Pandangan Friedman mengenai sejarah globalisasi mengindikasikan bahwa pada setiap zaman, globalisasi selalu memengaruhi perubahan dalam sistem dan perilaku sosial masyarakat (Prasetyo et al. 2018). Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi secara tidak langsung juga memudahkan kita dalam menjalin hubungan diplomasi antara negara satu dan negara lainnya. Hubungan diplomasi yang terjalin dalam skala internasional ini tidak hanya terjadi melalui aspek ekonomi dan politik saja, melainkan juga dari aspek sosial budayanya (Setiadi 2015). Transformasi teknologi yang berkembang pesat sebagai dampak dari globalisasi pun memudahkan terjadinya pertukaran budaya antar negara. Dengan kata lain, tidak dapat dipungkiri bahwa hal ini telah menjadi faktor utama dalam mendorong terjadinya perubahan di berbagai aspek kehidupan manusia.

Sehubungan dengan itu, Korea Selatan hadir sebagai negara kapitalis dengan arus globalisasi dan menciptakan budaya *Korean Wave* sebagai upayanya untuk keluar dari krisis ekonomi yang dialaminya pada tahun 1990-an. Menurut Kellner (Valentina et al. 2013) ia mengungkapkan bahwa pada hakikatnya globalisasi melibatkan sistem kapitalisme di dalamnya yang tidak dapat dipisahkan dari beberapa faktor pendukung lainnya seperti teknologi, politik, ekonomi dan budaya. Oleh karena itu, pemerintah asal negeri ginseng tersebut memanfaatkan hubungan diplomasinya dengan negara-negara lain untuk dapat menyebarkan produk budaya, tradisi, norma dan nilai-nilai dari negaranya guna membangun sistem perekonomian global yang saling menguntungkan (Putri et al. 2021).

Kesuksesannya dapat dilihat dengan fakta bahwa saat ini Korea Selatan telah menjadi kiblat dari industri hiburan yang tidak hanya populer di Asia saja, melainkan di seluruh dunia melalui *Korean Pop Culture*. Peminatnya terus mengalami peningkatan, seperti yang dilansir dari website resmi (KBS World Indonesian 2020) pada tahun 2019 terdapat sekitar 99.320.000 orang penggemar *Korean Wave* yang terdapat di seluruh dunia. Sedangkan data pada tahun 2017, dalam skala global penggemar *Korean Wave* baru mencapai 73.130.000 orang.

Penyebaran kebudayaan Korea tidak hanya fokus pada drama Korea (K-Drama) dan K-Pop saja, melainkan kepada seluruh produk kebudayaan asal Korea Selatan mulai dari fashion, bahasa, produk kecantikan, hingga makanan (K-Food (Bok-Rae 2015)). Produk-produk kebudayaan yang disajikan ke masyarakat merepresentasikan ciri khas dari negara Korea Selatan. Dimulai dari drama Korea (K-Drama) yang disambut baik bahkan sejak awal penyebaran budaya Korea. Hingga saat ini, popularitas drama Korea masih terus mengalami peningkatan, menurut laporan dari media *online* (CNN Indonesia 2020) yang telah melakukan penelitian dengan melibatkan 4.395 responden selama masa pandemi, sekitar 64% dari mereka lebih suka menonton serial drama Korea dibandingkan serial Indonesia.

Korean Pop Music atau K-Pop merupakan salah satu industri hiburan yang paling berpengaruh di seluruh dunia, termasuk salah satunya negara Indonesia. Aktivitas di dalam *fandom* yang dilakukan secara kolektif atau bersama-sama kemudian menumbuhkan solidaritas diantara mereka. Seperti yang dituliskan Emile Durkheim dalam (Purba et al. 2019), ia menyatakan bahwa seseorang yang berada pada masa *collective effervescence* atau kebersamaan bisa menyatu dikarenakan adanya kesamaan

diantara mereka. Salah satunya dengan menyukai sesuatu atau memiliki hobi yang sama yang dimana kebersamaan itu sudah tidak lagi mementingkan batas-batas seperti agama, suku, ras, dan golongan.

Masalahnya, seiring berjalannya waktu, ikatan solidaritas yang tinggi antar sesama anggota komunitas penggemar atau *fandom*, tidak jarang menumbuhkan perilaku fanatisme di dalamnya. Perilaku fanatik yang tumbuh di dalam sebuah kelompok kerap kali membuat seseorang kesulitan untuk berpikir secara rasional dan realistis. Munculnya sikap fanatik dalam sebuah *fandom* sebelumnya diawali dari beragam aktivitas yang mereka lakukan secara bersama-sama yang kemudian mewujudkan perasaan tidak mau kalah dan saling bersaing agar dapat menjadi penggemar K-Pop sejati (Kim 2023).

Berdasarkan beberapa kasus yang terjadi, konflik tersebut seringkali disebabkan oleh adanya hierarki sosial dalam sebuah *fandom* membuat penggemar berlomba-lomba untuk memperoleh citra yang otentik agar dikenal oleh banyak orang (Abd-Rahim 2019). Persaingan ini dapat dilihat dari modal sosial, ekonomi, budaya maupun simbolik yang nantinya akan membuat mereka berada pada strata yang berbeda. Hal ini menyebabkan banyak penggemar yang akhirnya haus akan validasi sehingga rela melakukan apa saja demi idola dan identitas dirinya sebagai penggemar. Seperti halnya dengan yang disampaikan oleh Tajfel dalam (Abrams et al. 1990) teori identitas sosial berangkat dari sejauh mana pengetahuan yang dimiliki seseorang terhadap *image* yang ditampilkan oleh suatu kelompok tertentu, yang berkaitan dengan nilai-nilai yang erat kaitannya dengan perasaan emosional di dalamnya. Dalam hal ini penggemar K-Pop akan bersaing melakukan segala cara sebagai bentuk upayanya agar keberadaan mereka dapat diakui sebagai salah satu dari anggota *fandom* yang sah. Persaingan yang berlandaskan sikap fanatik ini seringkali menjadi cikal bakal munculnya konflik-konflik baru baik diantara sesama penggemar dalam *fandom* yang sama, maupun konflik yang terjadi antar *fandom* ketika mereka mengikuti atau mendukung grup K-Pop yang berbeda.

Konflik antar para penggemar biasanya terjadi dan teridentifikasi di *platform* media sosial yang disebut dengan *fanwar*. Penggemar dipandang sebagai individu yang selalu menunjukkan antusiasme yang berlebihan, adiktif, obsesi, dan konsumtif dalam membeli beragam *merchandise* atau bahkan menonton konser. Oleh karena itu, konflik yang ditimbulkan seringkali berhubungan dengan kompetisi, prasangka yang bisa membentuk *stereotype*, hingga diskriminasi antar kelompok (Sahara et al. 2022). Maraknya konflik yang terjadi di dunia maya merupakan sebuah indikasi atau manifestasi dari kesuksesan Korea Selatan dalam menjadikan K-Pop sebagai fenomena budaya yang telah mengglobal. Hal ini dikarenakan minat masyarakat yang tinggi terhadap K-Pop telah menguntungkan mereka dalam eksistensinya di dunia hiburan.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif agar dapat mengkaji seberapa besar pengaruh *Korean Wave* dan perilaku fanatisme yang dilakukan oleh penggemar di media sosial, khususnya yang terjadi pada komunitas K-Pop (*fandom*). Untuk bisa memahami faktor-faktor yang melatarbelakangi terjadinya konflik, diperlukannya metode penelitian yang bisa menggambarkan serta mendeskripsikan bagaimana bentuk atau wujud cinta fans kepada idolanya dan perbuatan-perbuatan yang dapat digolongkan sebagai perilaku fanatisme. Menurut Denzin dan Lincoln dalam (Anggito et al. 2018) penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang menggunakan *setting* alamiah dengan tujuan untuk memahami fenomena yang terjadi dan biasanya dilakukan dengan menggunakan metode yang ada. Penelitian kualitatif dirancang untuk mengeksplorasi berbagai aspek dari suatu masalah atau fenomena tertentu dengan mempelajari sebanyak mungkin tentang partisipan individu, kelompok maupun sebuah peristiwa.

Penelitian ini berbasis *internet based research* yang mana akan menggunakan internet dan *platform* media sosial sebagai sarana atau wadah bagi aktivitas *fandom* remaja Indonesia yang ditandai dengan bahasa yang mereka gunakan. Sedangkan lokasi penelitian berada di wilayah Kota Pontianak sebagai lokasi dari para informan kunci atau subjek penelitian yang mana merupakan fans K-Pop sekaligus pengguna dari *platform* media sosial yang dimaksud oleh peneliti. Penelitian dilakukan

selama 7 bulan terhitung sejak Januari 2023 sampai dengan Juli 2023. Terdapat 10 informan kunci sebagai sumber utama data dari penelitian ini yang telah dipikih berdasarkan kriteria. Peneliti melibatkan 8 orang penggemar yang aktif dalam aktivitas *fandom* dan 2 orang diantaranya merupakan pengamat budaya kontemporer yang paham terkait masuknya fenomena *Korean Wave* dan bergesernya kebudayaan. Pemilihan informan kunci ini menerapkan metode *snowball sampling* yakni, peneliti akan merekrut sejumlah individu atau sampel yang memenuhi kriteria tertentu, setelah itu individu-individu tersebut akan diminta untuk merekomendasikan individu lain yang memiliki kriteria yang sama (Sugiyono et al. 2021).

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam pengambilan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Observasi diperoleh peneliti dari pengamatan dalam *platform* media sosial yang kerap kali menjadi wadah bagi penggemar dalam melakukan aksi fanatik. *Platform* media sosial yang digunakan peneliti adalah Instagram, Twitter, dan TikTok. Sedangkan teknik wawancara telah dilakukan sejak awal bulan Juni 2023 - Juli 2023. Wawancara yang mendalam ini dilakukan peneliti berdasarkan panduan wawancara semi terstruktur. Teknik dokumentasi dilakukan peneliti dengan mengambil gambar atau foto sebagai penunjang data dan melakukan penelusuran literatur yang melibatkan buku, jurnal, artikel, dan dokumen tertulis lainnya.

Tabel 1. Jenis Data dan Metode Pengumpulannya

No	Rincian Data	Sumber Data	Metode
1	<u>Karakteristik Fanatisme Fans</u>	- <i>Platform</i> media sosial	- Observasi
	- Bergabungnya fans ke dalam komunitas <i>fandom</i>	- Informan kunci fans K-Pop	- Wawancara
	- Munculnya konsumerisme		- Studi dokumen
	- Terlibat aksi <i>fanwar</i>		
2	- Menjadikan K-Pop sebagai objek fantasi seksual		
	<u>Faktor Penyebab Fanatisme</u>	- <i>Platform</i> media sosial	- Observasi
	- Hubungan emosional antara fans dan idola	- Informan kunci fans K-Pop	- Wawancara
	- Solidaritas antar fans dan idola	- Informan kunci pengamat budaya	- Studi dokumen
3	- Promosi marketing yang menarik		
	<u>Dampak</u>	- Informan kunci fans K-Pop	- Observasi
	- Perubahan perilaku fans sejak menjadi bagian dari <i>kpopers</i>	- Informan kunci pengamat budaya	- Wawancara
	- Meluasnya pola hubungan sosial / relasi		

Selain itu, teknik analisis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu dengan menerapkan konsep dari (Miles et al. 2020) yang di dalamnya berisi reduksi data, penyajian data (*display*), dan penarikan kesimpulan / verifikasi. Reduksi data merupakan tahap pengolahan data lapangan dengan cara meringkas atau membuang data yang kurang relevan dan mengorganisir data secara rinci untuk kemudian dimasukkan ke dalam hasil pembahasan. Hal ini berguna agar data yang termuat di dalamnya bisa sesuai dan mendapatkan kesimpulan akhir yang jelas.

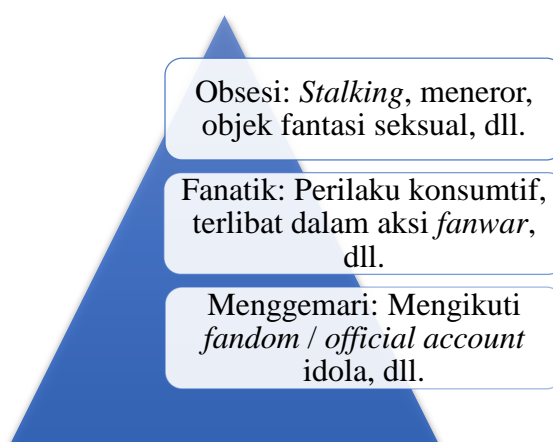
Selanjutnya, penyajian data, kumpulan data atau informasi yang sudah disusun dan akan dilakukan penyusunan kesimpulan serta pengambilan tindakan. Penyajian data ini dapat membantu peneliti dalam memahami peristiwa apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan. Tahap terakhir, penarikan kesimpulan / verifikasi peneliti menggunakan cara yang kondisional, artinya kesimpulan tersebut dibuktikan dengan melakukan peninjauan ulang terhadap data yang didapat di

lapangan dan bertujuan agar peneliti bisa berbuat netral dan objektif terhadap data yang didapatkan. Sementara uji validitas data dilakukan dengan analisa triangulasi. Menurut Patton dalam (Moleong 2019) triangulasi membandingkan beragam informasi dari sumber yang berbeda, hal ini berguna bagi peneliti untuk mendapat data yang valid dan akurat.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Bentuk dan Pola Fanatisme Penggemar K-Pop

Maraknya fanatisme terhadap K-Pop merupakan isu umum yang terjadi di berbagai *platform* media sosial, khususnya *platform* Instagram, Twitter, dan TikTok. Fanatisme dapat dikatakan sebagai kesetiaan buta terhadap suatu keyakinan atau ideologi tertentu yang dapat membuat seseorang berkomitmen untuk terus mendukungnya (Deafifa et al. 2022). Dalam konteks penggemar K-Pop, fanatisme memiliki beberapa golongan, mulai dari yang paling wajar hingga pada level ekstrem dapat merugikan dan membahayakan idola. Berkaitan dengan itu, peneliti telah mengelompokkan fanatisme penggemar ke dalam 3 tingkatan melalui bagan berikut ini



Gambar 1. Strata Sosial dalam Kpopers

Bagan tersebut merupakan suatu struktur sosial atau tingkatan level perilaku fanatisme penggemar yang telah dikelola oleh peneliti. Dimulai dari tingkatan paling bawah yaitu menggemari sesuatu dari yang paling wajar, seperti hanya mengikuti berita atau aktivitas idola melalui laman media sosial mereka ataupun bergabung ke dalam sebuah *fandom* tertentu. Kemudian pada tingkatan kedua, masuk ke dalam kategori fanatik melalui beragam bentuk dedikasi dan pengorbanan mereka sebagai seorang fans. Hingga terakhir di level paling tinggi yaitu fanatik yang dipenuhi dengan obsesi fans kepada idola. Berikut beberapa bentuk dan pola yang dapat digolongkan ke dalam perilaku fanatisme:

1. Antusiasme Penggemar Untuk Bergabung ke Dalam Komunitas (*Fandom*)

Komunitas K-Pop (*fandom*), komunitas dalam skala yang besar biasanya adalah komunitas *online* yang terhubung melalui perantara *platform* media sosial yang tidak terbatas oleh jarak dan waktu. Sedangkan komunitas dalam skala kecil biasanya dibatasi dengan ruang lingkup atau disebut dengan komunitas lokal di lingkungan sekitar. Sehubungan dengan itu, sebagian besar dari penggemar memiliki kecenderungan untuk bergabung ke dalam *fandom* dari masing-masing grup musik kesukaan mereka. Keinginan mereka untuk bergabung ke dalam *fandom* tersebut memiliki beberapa alasan yang melatar belakangnya. Rasa kecocokan minat dan *value* dengan orang lain dalam komunitas dapat meningkatkan kebahagiaan hingga kepuasan hidup. Misalnya, bergabung ke dalam sebuah *fandom* K-Pop memberikan penggemar kesempatan untuk bertemu dengan orang-orang yang memiliki hasrat dan kecintaan yang sama terhadap grup musik mereka. Hal ini menciptakan ruang dimana mereka dapat berbagi kegembiraan dan antusiasme yang tinggi dalam mendukung dan mendiskusikan musik, penampilan, dan kegiatan dari grup tersebut tanpa adanya rasa canggung atau adanya persaingan di dalam komunitas itu.

"Gabung ke suatu fandom berawal dari keinginan untuk ketemu dengan sesama fans NCT agar bisa nonton konser bersama. Sejak bergabung, ternyata itu adalah komunitas fandom se-kota Jogja. Semua anggota dalam komunitas itu baik perempuan maupun laki-laki selalu punya semangat dan ambisi yang sama sehingga mereka seringkali aktif dalam setiap kegiatan internal atau eksternal". (Wawancara dengan informan DA, 11 Juni 2023)

Bergabung ke dalam sebuah *fandom* memberikan pengalaman sosial yang kuat bagi anggotanya. Dalam sebuah *fandom*, penggemar memiliki kesempatan untuk berinteraksi dengan penggemar lain yang memiliki minat dan ketertarikan yang sama terhadap idola atau grup yang mereka sukai (Dewi et al. 2022). Mereka dapat berbagi pengalaman, pengetahuan, dan emosi tentang musik dan karier idola mereka. *Fandom* juga dapat menjadi tempat dimana penggemar dapat saling mendukung, membangun persaudaraan dan solidaritas dalam lingkungan yang ramah dan menyenangkan. Berada di dalam sebuah *fandom* juga memberikan akses ke informasi dan konten eksklusif yang sangat ditunggu-tunggu oleh para penggemar. Anggota *fandom* memiliki akses lebih cepat dan lengkap terhadap *comeback* album, tiket konser, hingga penjualan *merchandise* yang berkaitan langsung dengan idola maupun grup musik yang mereka sukai.

2. Munculnya Perilaku Konsumerisme

Konsumerisme, seringkali merujuk pada kecenderungan seseorang yang fokus pada konsumsi dan peningkatan materialistik. Perilaku konsumtif bisa diartikan sebagai kecenderungan seseorang untuk terus-menerus membeli barang dan menghabiskan uang dengan intensitas yang tinggi. Menurut (Baudrillard 2020), "*growth means affluence and affluence means democracy*" yang dapat diartikan bahwasanya konsumerisme di dalam masyarakat didorong oleh adanya pertumbuhan ekonomi yang kemudian mendorong adanya industrialisasi. Perkembangan industri, kemajuan teknologi, dan meningkatnya ketersediaan barang konsumsi secara tidak langsung juga telah menciptakan lingkungan yang mendorong seseorang untuk memiliki perilaku konsumtif. Dapat dilihat *rate* harga tiket konser BlackPink saat konser di Jakarta beberapa saat lalu di bawah ini:



Gambar 2. Rate Harga Tiket Konser BlackPink

Munculnya konsumerisme pada penggemar K-Pop biasanya dapat dilihat dari pembelian *merchandise*, album, tiket konser, dan berbagai produk yang berkaitan dengan idola mereka. Keterlibatan penggemar dalam pembelian pernak pernik K-Pop atau produk Korea menandakan bahwa mereka telah berkontribusi dalam perkembangan budaya Korea dari berbagai sektor. Industri hiburan Korea khususnya dalam dunia K-Pop secara aktif mempromosikan dan menghasilkan *merchandise* resmi yang berkaitan dengan grup maupun idola. Barang-barang seperti pakaian, *lightstick*, album, *photocard*, aksesoris, dan atribut lainnya yang sengaja dirancang dengan cermat bertujuan untuk menarik minat penggemar dan mengikat mereka lebih erat dengan idolanya.

Penggemar akan rela mengeluarkan uang mereka dengan jumlah yang tidak sedikit. Bagi penggemar, pembelian *merchandise* ini merupakan salah satu cara untuk mengekspresikan dukungan mereka serta mengidentifikasi diri mereka sebagai seorang penggemar (Andina 2019). Perilaku

konsumerisme di kalangan penggemar K-Pop juga berkaitan dengan keinginan untuk mendukung idola mereka secara finansial. Para penggemar menyadari bahwa pendapatan dari penjualan *merchandise* dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi kesuksesan idola mereka.

Hal ini berkaitan dengan teori identitas sosial yang digunakan oleh peneliti. Sebagian besar dari penggemar memiliki kecenderungan yang sama dalam hal mengoleksi *merchandise* dari grup musik atau idola mereka. Selain untuk kepuasan dan kesenangan pribadinya untuk ikut andil dalam kesuksesan grup tersebut, dengan menggunakan atribut / pernik-pernik K-Pop secara tidak langsung dilakukan penggemar untuk dapat mengidentifikasi dirinya sebagai seorang penggemar yang sah. Sehingga pembelian barang-barang tersebut dapat dikatakan pula sebagai sebuah citra yang dibangun dari seorang fans yang loyal kepada idola mereka.

3. Keterlibatan Penggemar Dalam Aksi *Fanwar*

Istilah *fanwar* atau yang akrab dikenal sebagai aksi perang fans merujuk pada sebuah konflik atau perselisihan yang terjadi antara penggemar yang mendukung dan mempertahankan artis atau seorang tokoh terkemuka, grup musik, ataupun karakter fiksi tertentu. Biasanya *fanwar* terjadi antara penggemar dari kelompok yang berbeda dari cara pandang, preferensi, atau pendapat, sehingga perbedaan tersebut dianggap sebagai lawan (Fitria 2022). Aksi *fanwar* bisa saja mencakup serangkaian tindakan negatif yang dilakukan baik antar komunitas penggemar maupun antar anggota internal dalam sebuah komunitas *fandom* tersebut.

Fanwar terjadi di media sosial, khususnya di berbagai *platform* tertentu. Hal ini dikarenakan jangkauan media sosial yang sangat luas memberikan akses yang mudah bagi semua orang untuk saling berinteraksi melalui kolom komentar atau tagar (*hashtag*) di *platform* tersebut. Aksi tersebut melibatkan emosi, identitas, dan bisa berupa penghinaan, penistaan, pelecehan verbal, ancaman, atau penyebaran rumor palsu dan fitnah tentang pihak lawan. Selain itu, *fanwar* juga dapat berupa pembuatan meme atau gambar yang merendahkan atau mengejek kelompok atau individu yang menjadi sasaran.

Aksi perang fans seringkali dipicu oleh ketidaksukaan atau kompetisi antar kelompok yang memiliki basis penggemar yang kuat. Hal ini dapat melibatkan tindakan agresif dan penghinaan terhadap kelompok lawan untuk membuktikan superioritas dan dominasi dengan memastikan bahwa kelompok mereka lah yang memiliki *power* lebih besar dibandingkan yang lain. Provokasi dan penyebaran konten negatif oleh akun palsu di media sosial bahkan dapat memperburuk konflik antar kelompok penggemar dan meningkatkan ketegangan.

"Mereka terlalu mengagungkan idolanya, sampai merasa harus menjatuhkan dan menghina idola ataupun kelompok lain hanya untuk mempertahankan nama baik idola mereka".
(Wawancara dengan informan NET, 13 Juni 2023)

Fanwar yang terjadi di media sosial bisa dibidang dikarenakan adanya kombinasi dari beberapa perbedaan. Dapat dilihat bahwa aksi perang fans tersebut bukan hanya perihal tentang perbedaan terkait masa kejayaan / popularitas suatu grup, perbedaan siapa yang lebih baik dan tidak, perbedaan siapa yang lebih superior dan inferior, tapi juga menyangkut identitas seorang fans dan nama baik grup musik serta komunitas *fandom* tersebut. Perbedaan ini menjadi sangat penting dalam peningkatan pemikiran kolektif dari sekelompok penggemar untuk berpikir bahwa mereka lah kelompok yang layak dan pantas untuk disebut sebagai superior. Terlebih dalam konteks media sosial yang jangkauannya tidak terbatas, kembali menambah tingkatan dalam kasus *fanwar*. Interaksi yang terjalin dalam media sosial dapat melibatkan orang dari seluruh dunia atau penggunaannya untuk ikut berkecimpung di dalam aksi tersebut.

4. Menjadikan Idola K-Pop Sebagai Objek Fantasi Seksual

Pada beberapa kasus, hal paling ekstrem yang dilakukan penggemar yaitu dengan menjadikan idola-idola K-Pop sebagai pemenuh hasrat seksual mereka. Meskipun tindakan ini hanya terjadi di salah satu *platform* media sosial yaitu Twitter, namun hal ini tidak dapat membenarkan perilaku maupun

penikmatnya. Banyak akun-akun anonim di *platform* tersebut yang menyalahgunakan akun mereka untuk membuat konten-konten AU (*Alternate Universe*). Ini dapat diartikan sebagai sebuah kasus dimana pengguna membuat akun fiktif atau "Alternate Universe" untuk karakter fiksi, selebriti, atau tokoh terkemuka (Zahra et al. 2022). Dalam AU Twitter, pengguna memainkan peran karakter tersebut dan berinteraksi dengan pengguna lain dalam konteks yang dibuat oleh cerita alternatif atau dunia paralel yang mereka buat.

Akan tetapi, dalam cerita fiksi atau konten AU yang dibuat oleh penggunanya seringkali merujuk pada cerita 18+ dengan konsep menjadikan idola tersebut sebagai objek fantasi seksual dari penggemarnya. Konsep ini biasanya bermula dari perbedaan interpretasi penggemar terhadap *performance* idola, penggunaan beragam kostum yang memukau dengan menggunakan pakaian yang minim serta penyalah artian dari konsep *skinship* tidak jarang membuat penggemar berimajinasi terlalu jauh. Hal ini mampu memberikan pengaruh yang signifikan terhadap aspek psikologi para penggemar (Nursalam et al. 2022). Dalam dunia AU yang mereka ciptakan, sebagian kecil dari penggemar fanatik ini membuat narasi yang sudah melampaui batas-batas yang seharusnya dijaga antara penggemar dan idola. Mereka menggambarkan idola mereka dalam konteks seksual yang menghasilkan konten yang seringkali melanggar privasi dan etika. Gambar-gambar manipulasi, cerita-cerita erotis, atau bahkan pesan-pesan tidak pantas sering menjadi bagian dari konten yang mereka hasilkan. Tindakan ini sayangnya juga memiliki banyak peminat, pasalnya banyak pengguna Twitter selaku penggemar yang juga menikmati konten-konten tersebut dengan cara memberlakukan fitur *retweet* atau menulis di kolom komentar yang berisikan kesukaan mereka terhadap konten AU yang dibuat.

"Tindakan fanatik yang paling buruk seringkali terjadi di Twitter, sampai saat ini masih banyak fans yang menjadikan idola mereka sebagai objek fantasinya misalnya membuat AU (Alternate Universe) dengan imajinasi liarnya mereka. Tidak jarang bahkan yang menjadikan idola sebagai objek fantasi seksualnya, yang mana hal itu sudah tidak wajar karena sudah masuk ke ranah pelecehan. Parahnya mereka tidak sadar bahwa yang mereka lakukan adalah suatu hal yang salah". (Wawancara dengan informan FN 17 Juni 2023)

Obsesi yang mereka ciptakan kepada seorang idola memberikan kesan yang sangat buruk. Obsesi yang berlebihan, secara tidak langsung dapat mengganggu persepsi seorang penggemar terhadap kenyataan dan membawa mereka ke dalam dunia imajinasi yang sudah melampaui batas realitas. Tidak jarang pula banyak akun-akun yang memang dengan sengaja di blokir atau di *banned* oleh pihak Twitter secara langsung. Hal ini dikarenakan praktik AU ini akan memicu kontroversi dan kecaman baik di dalam komunitas penggemar K-Pop maupun di masyarakat secara umum. Kesenangan dan kepuasan pribadi yang mereka dapatkan secara tidak langsung tanpa mereka sadari merugikan para idola yang mereka sayangi. Pelanggaran terhadap objektifikasi seksual ini tentu berdampak negatif pada privasi dan integritas idola-idola tersebut. Hal ini menunjukkan bahwasanya level paling ekstrem yang dapat dilakukan oleh penggemar K-Pop yaitu dengan berperilaku obsesif dan menjadikan idola sebagai objek fantasi seksual mereka. Perilaku ini dapat dikatakan sebagai bentuk keegoisan penggemar terhadap kesenangan pribadinya yang tanpa sadar merusak citra dan merugikan idola-idola tersebut. Bermula dari keyakinan terhadap rasa cinta mereka, namun ternyata berkembang menjadi bentuk-bentuk fanatisme yang tidak lazim.

3.2 Faktor Penyebab Fanatisme

Kecenderungan seseorang terhadap suatu objek, seperti tokoh terkenal, komunitas, grup musik, ideologi, *brand*, atau produk tertentu dikategorikan sebagai sebuah perilaku fanatisme. Perilaku ini akan menunjukkan antusiasme, dedikasi yang tinggi, hingga keterikatan emosional yang kuat sebagai bentuk kecintaan dan kesetiaan seseorang terhadap sesuatu yang digemarinya. Perilaku fanatisme seringkali mempengaruhi cara individu dalam berpikir, cara pandang dalam melihat suatu kasus, hingga cara seseorang dalam bertindak (Cassam 2022).

Secara umum, perilaku fanatisme yang terjadi pada penggemar K-Pop bisa digolongkan ke dalam beberapa hal yaitu, penggemar akan bersedia dalam mengorbankan uang, waktu, energi dan beragam upaya lainnya sebagai bentuk loyalitas mereka kepada idolanya. Sesungguhnya perilaku fanatisme tidak selalu bersifat dan merujuk pada sesuatu yang negatif, namun beberapa oknum atau kelompok kecil dari penggemar K-Pop melakukan aksi fanatik hingga pada level ekstrem dan mencoreng nama baik dari suatu grup maupun *fandom*. Maka dari itu, hal inilah yang akhirnya menimbulkan *stereotype* buruk pada penggemar K-Pop. Tidak heran jika masyarakat secara umum memandang *fangirling* atau *fanboying* sebagai suatu hobi yang negatif. Beberapa faktor yang dapat melatarbelakangi timbulnya perilaku fanatisme penggemar, sebagai berikut:

1. Hubungan Emosional Antara Fans dan Idola

Hubungan emosional ini berkaitan erat dengan obsesi yang dimiliki penggemar terhadap idola mereka. Obsesi ini muncul karena penggemar merasa terhubung secara emosional dengan idola yang disukainya. Hubungan ini akan memberikan rasa kebersamaan, keintiman, dan validasi yang mungkin tidak mereka dapatkan dari lingkungan sehari-hari. Oleh sebab itu, tidak heran jika seorang idola sedang mengalami masa sulit, para penggemarnya lah yang akan menjadi sumber kekuatan nomor satu bagi idola-idola tersebut untuk bangkit kembali ke dalam industri hiburan. Hal ini dikarenakan bagi penggemar, seorang idola dapat menjadi sumber kebahagiaan, kepuasan, dan aktualisasi diri mereka.

Kendati demikian, dalam beberapa kasus, keterikatan emosional yang berlebihan dapat menjadi pemicu timbulnya perilaku fanatisme. Meskipun sebagian besar interaksi yang terjalin diantara mereka hanya melalui laman media sosial, akan tetapi hubungan yang terjalin antar keduanya tidak dapat diragukan (Mustafa et al. 2022). Bahkan, beberapa fans fanatik mungkin akan mengalami ketergantungan emosional yang kurang sehat. Hal ini disebabkan kebahagiaan dan kepuasan hidup mereka sangat bergantung pada keberadaan dan keberhasilan seorang idola.

“Contohnya waktu salah satu member Shinee (Jonghyun) meninggal dunia tahun 2017 karena bunuh diri akibat depresi. Ini jadi kasus yang besar, hampir semua orang dari kalangan kpopers mau yang secara langsung memang bagian dari fans Shinee ataupun yang tidak, pasti patah hati dan sedih mendengar kabar tersebut. Saat itu, beberapa fans berat Jonghyun bahkan ikut melakukan aksi bunuh diri dengan cara minum obat hingga overdosis. Ketika ditanya alasannya kenapa, jawabannya hanya karena agar ia bisa menyusul Jonghyun. Artinya peran idola dalam kehidupan para fans disini sangat besar sampai-sampai fans rela untuk melakukan hal-hal seperti itu”. (Wawancara dengan informan DA, 11 Juni 2023)

Sebagian besar penggemar akan menjadikan K-Pop sebagai tumpuan mereka di masa-masa sulit. Kedekatan yang dirasakan oleh penggemar kepada idola-idola mereka menciptakan rasa ketergantungan dan kebutuhan yang mendalam terhadap grup musik maupun idola. Selain itu, keterikatan emosional yang dilengkapi dengan obsesi di dalamnya secara tidak langsung membuat penggemar merasa bertanggung jawab terhadap kebahagiaan dan kesuksesan idola itu sendiri. Maka dari itu, lantaran telah menjadi sumber kebahagiaan yang mungkin saja sulit didapatkan dari sumber lain, mereka rela melakukan apa saja sebagai bentuk terima kasih dan rasa cinta mereka kepada idolanya.

Penggemar yang merasa bahwa idola mereka adalah segalanya, akan membela dan melawan hinaan maupun hujatan yang tertuju kepada idola tersebut. Terlepas dari baik buruknya tindakan itu, atau fakta terkait benar salahnya idola, loyalitas mereka kepada idolanya tidak akan berhenti atau bahkan berkurang. Penolakan terhadap perbedaan pendapat dan persepsi inilah yang dapat dikatakan sebagai perilaku fanatik. Dengan begitu, orang-orang atau penggemar itu sendiri sudah tidak lagi dapat berpikir secara rasional dan realistis.

“Saat NCT melakukan fansign di Jakarta, sesaat setelah fansign itu selesai digelar, ada salah satu fans wanita yang memposting berbagai foto pada akun media sosialnya untuk mengumumkan bahwa ia merupakan pacar dari salah satu anggota NCT (Jaehyun)”.
(Wawancara dengan informan PWJ, 20 Juni 2023)

Tendensi untuk menjalin hubungan emosional dengan idola-idola K-Pop secara seiring waktu bertumbuh menjadi ketidakpuasan penggemar terhadap rasa cinta dan bentuk pengakuan luar biasa terhadap idola-idolanya. Keinginan untuk meningkatkan rasa kepercayaan diri orang-orang tersebut bisa diartikan sebagai suatu bentuk identifikasi dirinya sebagai seorang penggemar agar terlihat adanya perbedaan yang signifikan antara dirinya dengan penggemar lain. Hubungan timbal balik antara seorang penggemar dan idola memang akan menimbulkan perasaan saling diuntungkan satu sama lain pada level tertentu. Akan tetapi, jika keterikatan emosional yang telah dibangun ini telah berubah menjadi perilaku fanatisme yang tidak sehat dan menuai konflik antara satu dan lainnya, artinya terdapat sesuatu yang salah dan harus dibenahi dalam prosesnya.

Berkaitan dengan itu, melalui beberapa kasus yang terjadi dan yang berhubungan erat dengan kedekatan emosional penggemar dengan idola, maka hal ini selaras dengan teori identitas sosial. Terdapat proses identifikasi yang memperkuat identitas pribadi yang membuat mereka merasa terhubung dengan sosok yang di idolakan dan digemari oleh banyak orang (Jenol et al. 2020). Semakin kuat keterikatan emosional ini, semakin kuat pula rasa identitas pribadi yang terbentuk. Di level ekstrem, ketika mereka merasa identitasnya terancam atau diremehkan, fanatisme bisa memunculkan perilaku agresif, penolakan terhadap pandangan berbeda, kekerasan verbal, hingga sampai pada tahap mengabaikan etika dan norma sosial yang ada.

2. Solidaritas Antar Penggemar dan Idola

Solidaritas sosial antara penggemar dapat berfungsi sebagai sumber dukungan emosional dan kekuatan untuk grup musik atau idola mereka. Hal ini termanifestasi dalam berbagai cara, seperti penggalangan dana untuk menyokong kegiatan sosial seperti yayasan kanker, bantuan kemanusiaan, atau pendidikan anak kurang mampu yang dilakukan atas nama *fandom* mereka. Selain itu, solidaritas ini tidak hanya terbatas pada dukungan terhadap idola, tetapi juga kepada sesama penggemar (Purba et al. 2019). Ketika anggota komunitas menghadapi kesulitan, maka komunitas tersebut bersatu untuk memberikan bantuan dan dukungan.

Namun, pada level tertentu rasa solidaritas ini dapat menjadi berlebihan dan berubah menjadi fanatisme yang merugikan. Ketika penggemar mengidentifikasi diri mereka terlalu kuat dengan idola, mereka bisa menjadi defensif dan agresif terhadap kritik atau pendapat yang berbeda (Górska et al. 2020). Hal ini menyebabkan mereka dapat menyerang dan mengancam siapa pun yang dianggap sebagai ancaman atau penghinaan terhadap idola mereka. Seiring dengan pertumbuhan komunitas penggemar, interaksi antara penggemar menjadi semakin kompleks. Dalam beberapa kasus, fanatisme ini berkembang dari rasa solidaritas awal yang positif, menjadi alat untuk mengekspresikan perilaku yang merugikan orang lain, seperti yang terjadi dalam kasus kontroversi antara Boy William dengan penggemar Jennie dari grup Blackpink.

“Saat BlackPink menggelar konser di Jakarta beberapa saat lalu, banyak penonton dari kalangan artis datang, termasuk diantaranya Boy William. Boy di hujat netizen dan Blink (fandom BlackPink) karena postingan Instagram Boy yang menyatakan bahwa penampilan Jennie tidak maksimal pada saat konser”. (Wawancara dengan informan BDS, 6 Juli 2023)

Beberapa penggemar fanatik cenderung sangat terobsesi dengan idola mereka, bahkan menutup mata terhadap kesalahan atau perilaku yang negatif. Fanatisme ini bisa mendorong pembelaan terhadap tindakan yang sebenarnya salah. Solidaritas sosial dalam sebuah *fandom* bisa positif, tapi juga bisa berpotensi menjadi negatif dan mendorong perilaku fanatisme. Dalam konteks

fanatisme penggemar K-Pop, solidaritas sosial dapat diamati dalam bentuk kesamaan nilai-nilai, minat, dan identifikasi dengan grup atau idola tertentu. Penggemar K-Pop seringkali membentuk komunitas *online* di berbagai *platform* media sosial, seperti Instagram, Twitter dan Tiktok. Dalam hal ini solidaritas mekanis dapat muncul, dimana penggemar saling mendukung, berbagi informasi, dan berinteraksi berdasarkan energi yang sama untuk menunjukkan kecintaan mereka terhadap K-Pop. Dalam diskusi peneliti dengan pengamat sosial sebagai berikut:

“Budaya populer termasuk Korean Wave, secara tidak langsung meliputi bentuk aktualisasi diri, identifikasi diri, dan bentuk apresiasi afiliasi mereka dengan nilai-nilai yang dibawa dari Korean Wave. Nilai-nilai yang dibawa atau yang telah diadopsi oleh masyarakat seperti misalnya gaya mereka dalam berbahasa, gaya berpakaian, dsb. Penggemar kemudian secara tidak sadar akan dikuasai oleh nilai-nilai tersebut. Ini kemudian yang membentuk adanya perilaku fanatisme. Fanatisme ini tidak hanya sekedar mendengar musiknya atau menonton karyanya aja, tapi ada semacam tindakan atau aktivitas untuk membangun relasi baik antara saya sebagai seorang penggemar dengan apa yang saya gemari. Untuk dapat menguatkan sisi fanatisme ini, seorang penggemar akan berusaha mencari kelompok atau komunitas yang sefrekuensi dengan dia. Hal ini ia lakukan bertujuan agar mereka bisa saling berbagi kisah, informasi, dan pengalaman yang akan menimbulkan kuatnya ikatan solidaritas mereka satu sama lain”. (Wawancara dengan informan AY, 3 Juli 2023)

Sebagaimana dari hasil wawancara menunjukkan bahwa ikatan solidaritas sosial antara penggemar K-Pop dimulai dengan kesamaan dalam beberapa aspek yang menyatukan mereka. Kendati demikian, solidaritas yang berlebih dapat meningkatkan rasa kepemilikan dan loyalitas terhadap kelompok atau idola yang mereka dukung. Melalui interaksi yang didukung oleh media sosial dan aktivitas kolektif yang mereka lakukan, penggemar merasakan kebersamaan emosional yang mendorong mereka untuk membela kelompok atau idola mereka. Sehubungan dengan itu, teori solidaritas sosial disini digunakan untuk menjelaskan ketika terdapat persaingan antara grup atau idola yang berbeda, maka solidaritas mekanis antara penggemar dapat berubah menjadi solidaritas organik yang menciptakan perasaan eksklusivitas dan superioritas (Górska et al. 2020). Penggemar akan merasa terasingkan dari kelompok lain yang memiliki preferensi yang berbeda dengan dirinya. Hal inilah yang bisa menyebabkan ketegangan dan pemicu konflik baik antara kelompok komunitas yang berbeda maupun antar anggota dalam sebuah kelompok komunitas itu sendiri.

3. Promosi Marketing yang Menarik dan Kuat

Promosi dan daya tarik idola K-Pop berpotensi memicu fanatisme di antara penggemar. Industri K-Pop menggunakan strategi promosi yang efektif, seperti musik berkualitas tinggi, performa panggung spektakuler, konsep dan imajinasi unik, serta ikatan emosional dengan penggemar (Ardhiza et al. 2023). Idola K-Pop menjalani pelatihan intensif untuk vokal, tari, dan visual, mereka selalu memberikan penampilan panggung yang memukau. Konsep dan imajinasi yang berbeda setiap kali mereka tampil menciptakan daya tarik yang membedakan mereka dari artis lain.

Agensi K-Pop membangun hubungan emosional dengan penggemar melalui interaksi, terutama di media sosial. Interaksi ini termasuk *fansign*, konser, dan momen pribadi di *platform* media sosial, yang memperkuat ikatan emosional antara idola dan penggemar. Media sosial memberikan aksesibilitas yang tinggi bagi penggemar untuk mendapatkan informasi terkini mengenai aktivitas dan promosi idola. Penggemar dapat mengikuti akun resmi, melihat konten eksklusif, dan mendapatkan pengumuman langsung dari idola atau agensi mereka. Interaksi langsung antara idola dan penggemar juga dimungkinkan melalui berbagai *platform* media sosial. Penggemar dapat memberikan dukungan, mengirim pesan, atau mengomentari unggahan idola, yang memperkuat ikatan emosional antara keduanya.

Namun, media sosial seringkali disalahgunakan oleh penggunanya. Kompleksitas yang tinggi antar penggemar dari seluruh dunia seringkali menimbulkan beragam perbedaan yang memicu

munculnya perilaku dan aksi fanatisme di dalamnya. Dalam menyediakan tempat atau panggung yang luas bagi setiap penggemar untuk berekspresi, maka akan memperkuat keyakinan atau identitas diri mereka sebagai seorang penggemar K-Pop. Anonimitas dan eksposur yang tinggi juga secara tidak langsung memperkuat dan mengarahkan penggemar untuk melakukan tindakan yang tidak seharusnya (Correa et al. 2015). Kurangnya strategi untuk menjangkau akun-akun anonim beserta akun yang dengan sengaja dibuat untuk melakukan hal-hal lainnya yang berpotensi merugikan mengakibatkan masalah ini terus berulang dari waktu ke waktu.

3.3 Dampak Setelah Menjadi *Koppers*

Daya tarik yang dijual dari industri K-Pop ini membuat nilai-nilai dari negeri ginseng kerap kali juga diimplementasikan oleh para penggemar ke dalam kehidupan sehari-hari. Tidak hanya musik, melainkan juga gaya hidup dan nilai-nilai kehidupan yang mereka sajikan di layar kaca dapat menjadi elemen penting yang bisa diadopsi oleh penggemar K-Pop. Kegemaran mereka terhadap K-Pop serta budayanya tentu dapat menghasilkan perubahan yang positif dan negatif. Tingginya minat, antusiasme, dan kesukaan penggemar terhadap K-Pop yang menjadi pemicu timbulnya perilaku fanatisme dan memberikan dampak yang signifikan pada kehidupan sosial mereka. Kegemaran mereka terhadap budaya *Korean Pop Culture* ini secara tidak langsung akan berdampak pada perubahan perilaku mereka sehari-hari (Jayanti et al. 2022). Penjelasan lebih lanjut mengenai dampak yang ditimbulkan dari menjadi seorang *koppers*, sebagai berikut:

1. Perubahan Perilaku Penggemar

Secara umum, budaya Korea yang dibawa oleh K-Pop telah menginspirasi banyak orang dalam hal kreativitas, semangat kerja, *team work*, dan rasa hormat yang tinggi terhadap orang lain. Tidak heran jika K-Pop selalu jadi panutan dan inspirasi bagi penggemarnya dalam berbagai aspek kehidupan. Beragam cara yang dilakukan oleh penggemar untuk menunjukkan wujud cintanya kepada idola atau bahkan keinginan untuk membuktikan bahwa idola mereka layak untuk dikagumi dan mendapat pujian dari banyak orang. Perilaku fanatisme yang dimiliki oleh penggemar dalam bentuk dedikasi dan intensitas yang tinggi ternyata membentuk dan menghasilkan seseorang dengan pribadi yang berbeda dari sebelumnya. Sebagian dari penggemar mampu mengimplementasikan budaya ini ke dalam kehidupannya sehari-hari sebagai suatu hal yang positif.

“Saya jadi lebih disiplin karena melihat perjuangan idola-idola yang dari kecil sudah berjuang untuk masuk agensi dan debut. Jadinya saya lebih berusaha untuk gak terlalu mudah mengeluh dengan hal-hal kecil. Namun, untuk perubahan perilaku yang negatif, saya jadi lebih agresif dan sensitif dalam menanggapi pendapat-pendapat orang. Bahkan bisa bertengkar dan bermusuhan sama orang-orang yang mengejek idola saya”. (Wawancara dengan K, 19 Juni 2023)

Sebagai seorang penggemar dari industri hiburan K-Pop yang menyajikan banyak hal menarik, *fangirling* / *fanboying* dapat dikatakan sebagai sebuah hobi yang menyenangkan hati bagi penggemarnya. Oleh karena itu, sebagian besar penggemar akan dengan senang hati menghabiskan waktu mereka untuk menikmati dunia K-Pop. Banyak pelajaran dan nilai-nilai positif yang diperoleh dan dapat diimplementasikan ke dalam kehidupan sehari-hari.

Namun, banyak pula hal negatif ketika seseorang tidak mampu dalam menelaah nilai-nilai baru yang masuk sebagai sebuah bentuk perubahan atau perkembangan di era modern ini. Hal yang serupa terjadi dengan fenomena *Korean Wave*. Kemampuan K-Pop yang dapat mengalihkan perhatian banyak orang melalui pesonanya, membuat para penggemar kesulitan untuk memilih atau menentukan skala prioritas dalam hidupnya. Hal ini sedikit banyaknya dikarenakan oleh tingginya keinginan penggemar tersebut untuk terus mengikuti jejak atau berita terkini dari idola-idola mereka. Sehingga dedikasi mereka berubah menjadi suatu hal yang negatif untuk dirinya.

2. Meluasnya Pola Hubungan Sosial / Relasi

Seiring dengan popularitas K-Pop yang terus berkembang di seluruh dunia, banyak penggemar K-Pop atau *kpopers* mengalami perluasan pola hubungan sosial atau relasi sosial mereka. Ketika seseorang menjadi seorang penggemar K-Pop, mereka akan sering terlibat dalam komunitas *online* dan *offline* yang mendedikasikan waktu mereka untuk mendukung dan berbagi minat mereka terhadap artis dan grup musik K-Pop tertentu. Salah satu dampak yang signifikan dari menjadi seorang penggemar K-Pop yaitu memiliki peluang untuk terhubung dengan orang-orang yang memiliki minat yang sama dengan mereka. Melalui *platform online* seperti forum, grup media sosial, dan aplikasi pesan, *kpopers* dapat berinteraksi dengan penggemar lain di seluruh dunia. Bermula dari identitas sebagai seorang penggemar, maka hubungan sosial semakin diperluas, dan persahabatan lintas batas pun terbentuk.

Komunitas K-Pop memungkinkan penggemar untuk memperluas lingkaran sosial dengan penggemar dari berbagai negara dan budaya yang berbeda. Media sosial memainkan peran penting dalam memperluas interaksi penggemar K-Pop di seluruh dunia. Interaksi tidak hanya terbatas pada *online*, tetapi juga terjadi melalui konser, *fansign*, dan *fanmeeting*, yang memperkuat ikatan sosial berdasarkan identitas sebagai penggemar K-Pop. Melalui berbagi pengalaman, cerita, dan emosi, penggemar menciptakan ikatan yang lebih mendalam daripada sekadar kepentingan bersama, mendukung satu sama lain dalam kesulitan dan merayakan kesuksesan grup musik yang mereka cintai.

4. Simpulan

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa fenomena *Korean Wave* dan fanatisme penggemar dalam media sosial adalah contoh interaksi antara solidaritas sosial dan teori identitas sosial dalam dunia digital. Era globalisasi memungkinkan ekspansi budaya Korea ke berbagai negara dan secara tidak langsung mempengaruhi perilaku fanatisme penggemar, terutama di media sosial. Secara individu, para penggemar ataupun masyarakat hendaknya meningkatkan kesadaran dan kontrol diri terhadap minat mereka serta meningkatkan toleransi terhadap perbedaan. Identitas kelompok *fandom* kerap kali muncul melalui dedikasi, dukungan, dan kesetiaan terhadap grup musik atau idola favorit mereka, yang mana sejalan dengan teori identitas sosial oleh Tajfel.

Komunitas *fandom* K-Pop yang memiliki anggota dengan identitas yang serupa memunculkan solidaritas yang kuat melalui waktu yang dihabiskan bersama, berbagi pengalaman, pemikiran, dan dukungan untuk idola mereka yang mana sesuai dengan teori Emile Durkheim. Namun, fanatisme yang berlebihan juga dapat merusak toleransi terhadap pandangan dan preferensi yang berbeda, sehingga dapat menyebabkan konflik sosial dalam bentuk *fanwar* di media sosial. Oleh karena itu, bagi komunitas-komunitas besar, penting sekali untuk mengarahkan fanatisme agar tidak selalu berkonotasi negatif. Mereka yang berkumpul dan memiliki minat dan kesenangan yang sama, semestinya bisa menjadi energi kohesi sosial atau kegiatan-kegiatan yang konstruktif dan positif.

Referensi

- Abd-Rahim, A. (2019). Online fandom: social identity and social hierarchy of Hallyu fans. *Journal for Undergraduate Ethnography*, 9(1), 65–81. DOI: <https://doi.org/10.15273/jue.v9i1.8885>
- Abrams, D. E., & Hogg, M. A. (1990). *Social identity theory: Constructive and critical advances*. Springer-Verlag Publishing.
- Andina, A. N. (2019). Hedonisme Berbalut Cinta dalam Musik K-Pop. *Syntax*, 1(8), 39–49. DOI: <https://doi.org/10.36418/syntax-idea.v1i8.100>
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Ardhiza, A. R., Setianingsih, W. E., & Izzudin, A. (2023). PENGARUH DESIGN PRODUCT, PERSONAL BRANDING, DISTRIBUTION, DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP

- KEPUTUSAN PEMBELIAN ALBUM K-POP (studi kasus pembeli pada Weverse Shop). *Growth*, 21(1), 99–105. DOI: <https://doi.org/10.36841/growth-journal.v21i1.2811>
- Baudrillard, J. (2020). The finest consumer object: The body. In *The Body* (pp. 277–282). Routledge. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781003060338-46>
- Bok-Rae, K. (2015). Past, present and future of Hallyu (Korean Wave). *American International Journal of Contemporary Research*, 5(5), 154–160.
- Cassam, Q. (2022). Fanaticism: For and against. *The Philosophy of Fanaticism: Epistemic, Affective, and Political Dimensions*, 2. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781003119371-3>
- CNN Indonesia. (2020). Drama Korea, Hiburan Favorit kala Pandemi Melanda. *Cnnindonesia.com*.
- Correa, D., Silva, L., Mondal, M., Benevenuto, F., & Gummadi, K. (2015). The many shades of anonymity: Characterizing anonymous social media content. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 9(1), 71–80. DOI: <https://doi.org/10.1609/icwsm.v9i1.14635>
- Deafifa, A. S. D. R., & Noorrizki, R. D. (2022). Fenomena Agresi Verbal Fans K-Pop Indonesia di Media Sosial. *Flourishing Journal*, 2(5), 348–354. DOI: <https://doi.org/10.17977/um070v2i52022p348-354>
- Dewi, D. T., Lasut, K. B., Manungkalit, S. T., & Khatulistiwa, M. B. (2022). Participatory Fandom Harries Indonesia Pada Penulisan Fanfiction di Wattpad. *Jurnal Komunikasi Global*, 11(1), 21–42. DOI: <https://doi.org/10.24815/jkg.v11i1.24038>
- Fitria, K. (2022). Cyberspace Sebagai Area Perang Antara Fans Versus Haters K-Pop di Instagram. *Jurnal Kopis: Kajian Penelitian Dan Pemikiran Komunikasi Penyiaran Islam*, 4(02). DOI: <https://doi.org/10.33367/kpi.v4i2.1945>
- Górska, P., Stefaniak, A., Malinowska, K., Lipowska, K., Marchlewska, M., Budziszewska, M., & Maciantowicz, O. (2020). Too great to act in solidarity: The negative relationship between collective narcissism and solidarity-based collective action. *European Journal of Social Psychology*, 50(3), 561–578. DOI: <https://doi.org/10.1002/ejsp.2638>
- Jayanti, I. G. N., Wirawan, I. K. A., Susanthi, N. L., & Sujayanthi, N. W. M. (2022). Korean Pop (K-Pop) Culture Phenomenon On The Behavior Of Indonesian Society. *Journal of Art, Film, Television, Animation, Games and Technology*, 1(1), 44–50. DOI: <https://journal-profsisi.or.id/index.php/framing/article/view/12>
- Jenol, N. A. M., & Pazil, N. H. A. (2020). Escapism and motivation: Understanding K-pop fans well-being and identity. *Geografia*, 16(4). DOI: <https://journal-profsisi.or.id/index.php/framing/article/view/12>
- KBS World Indonesian. (2020). Penggemar “Hallyu” Akan Capai 100 Juta Orang di Seluruh Dunia. *World.Kbs.Co.Kr*.
- Kim, S. (2023). Almost South–South solidarity: The frustration of K-pop fans (but not true fans) in South Africa. *International Journal of Cultural Studies*. DOI: <https://doi.org/10.1177/13678779231181412>
- Miles, H., & Huberman, A. M. (2020). Saldana.(2014). Qualitative data analysis: A methods sourcebook. *New York: Sage Publications, Inc*.
- Moleong, L. J. (2019). Metodologi Penelitian Kualitatif. Kemendikbud dan Mohammad Tohir,—Empat Pokok Kebijakan Merdeka Belajar. *Preprint (Open Science Framework)*, 15.
- Mustafa, N., & Patrisia, D. (2022). Brand love influence on brand equity in Kpop Industry using brand engagement as a mediating variable. *Marketing Management Studies*, 2(4), 369–377. DOI: <https://doi.org/10.24036/mms.v2i4.297>

-
- Nursalam, N., Mustafa, I., Rahim, A., & Ismail, A. (2022). Konstruksi Penciptaan Fantasi dan Wacana pada K-Pop Black Pink. *Aksara*, 34(2), 228–243. DOI: <https://doi.org/10.29255/aksara.v34i2.621.228-243>
- Prasetyo, B., & Trisyanti, U. (2018). Revolusi industri 4.0 dan tantangan perubahan sosial. *IPTEK Journal of Proceedings Series*, (5), 22–27. DOI: <http://dx.doi.org/10.12962/j23546026.y2018i5.4417>
- Purba, R., & Solekhah, N. (2019). Kesetiakawanan Fans K-Pop di Era Digital. *Media Informasi Penelitian Kesejahteraan Sosial*, 43(2), 187–194. DOI: <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:229603552>
- Putri, M., & Trisni, S. (2021). Corporate Diplomacy: Peran SM Entertainment melalui New Culture Technology dalam Diplomasi Publik Korea Selatan. *Padjadjaran Journal of International Relations*, 3(1), 56–71. DOI: <https://doi.org/10.24198/padjir.v3i1.29391>
- Sahara, N., Marliani, R., & Kurniadewi, E. (2022). Gambaran konflik antar kelompok penggemar Korean Pop di media sosial. *Psyche: Jurnal Psikologi*, 4(1), 31–46. DOI: <https://doi.org/10.36269/psyche.v4i1.488>
- Setiadi, E. (2015). Pengaruh Globalisasi dalam Hubungan Internasional. *Jurnal International & Diplomacy Universitas Satya Negara Indonesia*, 1(1), 11–23. DOI: <http://jurnalhiusni.org/index.php/idu/article/view/89>
- Sugiyono, S., & Lestari, P. (2021). *Metode penelitian komunikasi (Kuantitatif, kualitatif, dan cara mudah menulis artikel pada jurnal internasional)*. Alfabeta Bandung, CV.
- Valentina, A., & Istriyani, R. (2013). Gelombang Globalisasi ala Korea Selatan. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 2(2). DOI: <https://doi.org/10.22146/jps.v2i2.30017>
- Zahra, S. N., & Yuliana, G. D. (2022). The Hiperrealitas K-Popers Terhadap Original Character Role Player (OCRP) Fanfiction di Twitter. *Jurnal Publish (Basic and Applied Research Publication on Communications)*, 1(2), 124–140. DOI: <https://doi.org/10.35814/publish.v1i2.4218>