

**GAYA HIDUP REMAJA PENGGEMAR KOREAN WAVE**  
**(Studi pada SMAN 2 Ungaran, Kecamatan Ungaran Barat, Kabupaten Semarang)**

SKRIPSI

Program Sarjana (S-1)

Jurusan Sosiologi



Oleh:

**Nabila Farah Afifah**

1806026090

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

**2024**

## Nota Pembimbing

Lamp : 5 (lima) eksemplar  
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada:  
Yth. Dekan  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
UIN Walisongo Semarang  
di Tempat

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb*

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa naskah skripsi saudara:

Nama : Nabila Farah Afifah

NIM : 1806026090

Jurusan : Sosiologi

Judul Skripsi : Gaya Hidup Remaja Penyuka Korean Wave (Studi Pada SMAN 2 Ungaran, Kecamatan Ungaran Barat, Kabupaten Semarang)

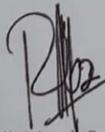
Dengan ini telah saya setuju dan mohon agar segera diujikan. Demikian atas perhatiannya, diucapkan terimakasih.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Semarang, 05 September 2024

Pembimbing,

Bidang Substansi Materi



Ririh Megah Safitri, M.A.  
NIP. 199209072019032018

Bidang Metodologi dan Penulisan



Naili Ni'matul Illiyyun, M.A.  
NIP. 199101102018012003

# Lembar Pengesahan

SKRIPSI

GAYA HIDUP REMAJA PENGEMAR KOREAN WAVE  
(Studi pada SMAN 2 Ungaran, Kecamatan Ungaran Barat, Kabupaten  
Semarang)

Disusun Oleh :

Nabila Farah Afifah

1806026090

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi pada Rabu, 25 September  
2024 dan dinyatakan

LULUS

Susunan Dewan Penguji



Prof. ~~Nepesari~~ Elizabeth, M. Hum  
NIP : 196207011999032001

Sekretaris

Ririh Megah Safitri, M.A  
NIP : 199209072019032018

Penguji

Siti Azizah, M.Si  
NIP : 199206232019032016

Pembimbing I

Ririh Megah Safitri, M.A  
NIP : 199209072019032018

Pembimbing II

Naili Ni'matul Illiyyun, M.A  
NIP : 199101102018012003

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum atau tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 17 September 2024



Nabila Farah A.

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah dengan segala puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah mencurahkan rahmat-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Gaya Hidup Remaja Penggemar Korean Wave (Studi pada SMAN 2 Ungaran, Kecamatan Ungaran Barat, Kabupaten Semarang)”. Shalawat dan salam penulis panjatkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun umatnya menjadi umat yang berilmu dan berakhlakul karimah. Skripsi ini diajukan untuk persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana S1 dari Prodi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UIN Walisongo Semarang.

Dalam proses pembuatan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan dukungan dan bantuan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Dalam kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Nizar, M.Ag, selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Prof. Dr. Imam Yahya, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang.
3. Naili Ni'matul Illiyun, M.A, selaku Ketua Jurusan Sosiologi FISIP UIN Walisongo Semarang dan Dosen Pembimbing II yang telah mencurahkan waktu maupun tenaganya dalam mendukung, membimbing dan mengarahkan pada penyusunan skripsi ini dengan tulus hingga selesai.
4. Ririh Megah Safitri, M.A, selaku Dosen Pembimbing I yang dengan sabar menuntun dan memotivasi agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Seluruh Dosen dan Staff FISIP UIN Walisongo Semarang atas dedikasinya dalam menyampaikan keilmuan dan pelayanannya dengan baik.
6. Kepala Sekolah, Para Guru, dan Para siswa yang telah memberikan izin untuk penelitian dan meluangkan waktunya dalam memberikan informasi sehingga peneliti bisa mendapatkan data-data untuk penyusunan skripsi.
7. Kedua orang tua penulis, Bapak M. Nur Hidayat dan Ibu Ida Rositawati atas kasih sayang yang tulus dan tanpa kenal lelah berjuang untuk mendidik semaksimal mungkin demi masa depan anaknya yang gemilang.

8. Kakak dan adik penulis, Saskia dan Tita yang telah memberikan dukungan serta menghibur penulis untuk semangat dalam menyelesaikan skripsi.
9. Sahabat Karib penulis, Ivana Agustina, Kristina Wibi, Evie Azimatul, Almira Nurrahma dan Aqila Mayda yang menjadi tempat berbagi cerita dan keluh kesah sehingga penulis menjadi terdorong untuk selalu bersemangat menjalani perkuliahan.
10. Teman-teman KKN Mandiri Kelompok 22 yang telah memberikan semangat agar dapat menyelesaikan skripsi.
11. Teman-teman seperjuangan Jurusan Sosiologi dan Sosiologi C 2018 yang membantu banyak selama perkuliahan dan memotivasi dalam menyusun skripsi hingga selesai.
12. Teman-teman organisasi An-Niswa yang memberikan berbagai pengalaman baru, berbagi banyak cerita, dan menjadi penyemangat juga dalam menjalani masa-masa perkuliahan.
13. Semua pihak yang telah banyak membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Dalam penulisan skripsi, penulis menyadari terdapat banyak kekurangan karena masih minimnya pengetahuan maupun pengalaman penulis, untuk itu penulis berharap adanya kritik dan saran dari skripsi penulis dan semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi penulis maupun pembaca lainnya.

Semarang, 18 September 2024



Nabila Farah Afifah

NIM. 1806026090

## **PERSEMBAHAN**

Hasil karya ini saya persembahkan untuk:

*Pertama*, kedua orang tua, Bapak M. Nur Hidayat dan Ibu Ida Rositawati yang selalu mendukung, memberikan nasihat serta berjuang demi masa depan saya yang lebih cerah dan lebih baik

*Kedua*, almamater saya, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Walisongo tempat saya menuntut ilmu dan semoga menjadi semakin maju untuk kedepannya

## **MOTTO**

**“Ingatlah, sesungguhnya pertolongan Allah itu dekat”**

**(Q.S. Al Baqarah: 214)**

## ABSTRAK

Korean wave merupakan fenomena budaya populer yang mempengaruhi gaya hidup remaja. Korean wave lebih banyak disukai oleh kalangan remaja karena menganggap K-Pop lebih kekinian dan keren. Korean wave mengambil aspek dalam kehidupan sehari-hari baik dari musik, drama, fashion, dan kuliner. Pemilihan konsumsi produk budaya akan terwujud ke dalam gaya hidup seperti keinginan untuk mempelajari bahasa Korea, mencoba makanan Korea, meniru gaya hidup sehat ala idol K-Pop, dan membeli barang-barang online seperti pernak-pernik yang berhubungan dengan idolnya serta mendengarkan musik K-Pop. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan mendeskripsikan bentuk perilaku konsumsi dilakukan oleh siswa penggemar Korean wave di SMAN 2 Ungaran, ekspresi dalam gaya hidupnya dan dampaknya dalam perilaku siswa.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan datanya dilakukan dengan observasi non partisipasi, wawancara semi terstruktur, dan dokumentasi. Sumber data didapat dari data primer yang berasal dari informan langsung melalui wawancara dan data sekunder bersumber dari foto maupun buku, jurnal, dan lain sebagainya yang mendukung hasil penelitian. Subjek dalam penelitian ini adalah siswa yang menyukai Korean wave di SMAN 2 Ungaran. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori budaya konsumen untuk dapat melihat perilaku konsumsi pada siswa. Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan analisis induktif melalui reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan dari hasil penelitian.

Hasil dari penelitian ini menandakan adanya gaya hidup yang tampak pada siswa yang menggemari Korean wave di SMAN 2 Ungaran. Simulasi berulang melalui tayangan drama Korea, mendengarkan musik Korea (K-Pop), dan media sosial telah membentuk pilihan konsumsi produk Korean wave dalam membelanjakan uangnya. Mereka membeli makanan atau jajanan dari Korea Selatan, fashion, dan membeli merchandise K-Pop. Korean wave juga berdampak pada perilaku siswa penggemar Korean wave. Korean wave mampu memberikan dampak baik secara individual maupun sosial. Dampak individual berupa motivasi diri serta konstruksi identitas diri pada siswa. Sementara dampak sosial berupa mendapat relasi teman sebaya sesama kpopers di lingkungan sekolah dan menambah relasi teman di luar daerah melalui akun fanbase yang diikuti oleh siswa. Dengan demikian, fenomena Korean wave sangat berpengaruh terhadap gaya hidup para siswa penggemar Korean wave di SMAN 2 Ungaran.

**Kata Kunci:** Gaya Hidup, Remaja, Korean Wave

## ABSTRACT

The Korean wave is a popular culture phenomenon that influences teenagers' lifestyle. The Korean wave is more liked by teenagers because they think K-Pop is more contemporary and cool. The Korean wave takes aspects of everyday life from music, drama, fashion and culinary. The choice to consume cultural products will manifest into a lifestyle such as the desire to learn Korean, try Korean food, imitate the healthy lifestyle of K-Pop idols, and buy online goods such as snacks related to the idol and listening to K-Pop music. The purpose of this study is to determine and describe the form of consumption behavior carried out by Korean wave fan students at SMAN 2 Ungaran, the expression in their lifestyle and its impact on student behavior.

This research uses a qualitative method with a descriptive approach. Data collection was carried out using non participatory observation, semi structured interviews, and documentation. Data sources were obtained from primary data originating from informants directly through interviews and secondary data sourced from photo and books, journals, etc which supported the research results. The subject in this research were students who liked the Korean wave at SMAN 2 Ungaran. The theory used in this research is consumer culture theory to be able to see consumption behavior in students. In analyzing data, researchers used inductive analysis through data reduction, data presentation and drawing conclusions from research results.

The results of this research that there is a lifestyle that can be seen in students who are fans of Korean wave at SMAN 2 Ungaran. Repeated simulations through watching Korean dramas, listening to Korean music (K-Pop), and social media have shaped the consumption choices of Korean wave products in spending their money. They buy food or snack from South Korea, fashion, and buy K-Pop merchandise. Korean wave also has an impact on the behavior of Korean wave fan students. Korean wave is able to have an impact both individually and socially. The individual impact is in the form of self motivation and self identity construction in students. While the social impact is in the form of gaining peer relationships with fellow kpopers in the school environment and adding friends outside the area through fanbase accounts followed by students. Thus, the Korean wave phenomenon is very influential on the lifestyle of Korean wave fan students at SMAN 2 Ungaran.

**Keywords:** Lifestyle, Teenagers, The Korean Wave

## DAFTAR ISI

NOTA PEMBIMBING .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
PERSEMBAHAN.....	vii
MOTTO .....	viii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian: .....	4
E. Tinjauan Pustaka.....	5
F. Kerangka Teori .....	7
G. Metode Penelitian .....	12
H. Sistematika Penulisan Skripsi .....	16
BAB II.....	17
GAYA HIDUP, REMAJA, KOREAN WAVE, DAN TEORI BUDAYA KONSUMEN MIKE FEATHERSTONE.....	18
A. Gaya Hidup, Remaja, dan Korean Wave .....	18
1. Gaya Hidup .....	18
2. Remaja .....	19
3. Korean Wave .....	22
4. Gaya Hidup Menurut Perspektif Islam .....	24
B. Teori Budaya Konsumen dari Mike Featherstone.....	26

1. Konsep Dasar Teori Budaya Konsumen Mike Featherstone .....	26
2. Asumsi Dasar Teori Budaya Konsumen Mike Featherstone .....	27
3. Istilah-istilah Kunci dalam Teori Budaya Konsumen .....	28
<b>BAB III .....</b>	<b>31</b>
<b>A. Gambaran Umum SMAN 2 Ungaran.....</b>	<b>31</b>
1. Letak Geografis.....	31
2. Data Demografi SMAN 2 Ungaran .....	31
3. Visi dan Misi SMAN 2 Ungaran.....	42
4. Identitas SMAN 2 Ungaran.....	43
5. Struktur Organisasi di SMAN 2 Ungaran .....	44
6. Sejarah SMAN 2 Ungaran .....	45
<b>B. Profil Penggemar Korean Wave di SMAN 2 Ungaran .....</b>	<b>46</b>
1. Profil Informan.....	46
1. Isa.....	46
2. Zee.....	46
3. Alya.....	46
4. Meece.....	47
5. Fatika.....	47
6. Fairuz .....	47
7. Nida.....	48
8. Athe.....	48
9. Alan.....	48
10. Alda .....	49
<b>BAB IV .....</b>	<b>50</b>
<b>GAYA HIDUP SISWA PENGGEMAR KOREAN WAVE .....</b>	<b>50</b>
<b>A. Belanja .....</b>	<b>50</b>
1. Makanan.....	50
2. Fashion.....	53
3. Merchandise K-Pop .....	55
<b>B. Waktu Luang (<i>Lazzering Time</i>) .....</b>	<b>59</b>
1. Drama Korea.....	59
2. Musik Korea (K-Pop) .....	62

BAB V .....	65
DAMPAK KOREAN WAVE TERHADAP PERILAKU SISWA .....	65
A. Dampak Individual.....	65
1. Motivasi Diri.....	65
2. Konstruksi Identitas Diri.....	69
B. Dampak Sosial .....	72
1. Relasi Sosial Teman Sebaya .....	72
2. Relasi Sosial di Media Sosial.....	75
BAB VI.....	78
PENUTUP .....	78
A. Kesimpulan .....	78
DAFTAR PUSTAKA .....	80
LAMPIRAN.....	84
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	87

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1. Daftar Nama Informan.....	14
Tabel 2. Data Guru PNS SMAN 2 Ungaran.....	30
Tabel 3. Data Guru Tidak Tetap SMAN 2 Ungaran.....	32
Tabel 4. Data Guru PPK SMAN 2 Ungaran.....	32
Tabel 5. Data Staff dan Karyawan PNS SMAN 2 Ungaran.....	33
Tabel 6. Data Staff dan Karyawan Tidak Tetap SMAN 2 Ungaran.....	33
Tabel 7. Data Murid SMAN 2 Ungaran.....	34
Tabel 8. Data Sarana dan Prasarana SMAN 2 Ungaran.....	35-36

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kelompok Modern Dance.....	37
Gambar 2. Kelompok Tari Tradisional.....	38
Gambar 3. Tim KIR.....	39
Gambar 4. Tim Paskibra.....	40
Gambar 5. Referensi Pakaian ala Idol K-Pop .....	51
Gambar 6. Merchandise K-Pop Milik Informan.....	54
Gambar 7. Akun Fanpage yang Diikuti Informan.....	73

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Saat ini perkembangan teknologi terus terjadi hingga perubahan budaya ikut serta di dalamnya. Budaya bersifat dinamis dapat tumbuh dan berkembang mengikuti perubahan zaman, karena adanya campur tangan manusia. Seluruh aspek penting dalam kehidupan telah dipengaruhi oleh globalisasi. Penyebaran budaya yang terlihat saat ini merupakan pengaruh dari globalisasi karena banyak faktor di dalamnya seperti media sosial dan media massa. Media merupakan alat atau sarana untuk berkomunikasi. Adanya media sosial dan media massa yang berkembang pesat menjadikan penyebaran informasi tentang budaya lebih mudah diakses oleh siapa pun. Salah satu budaya populer yang belakangan ini begitu digandrungi oleh masyarakat Indonesia terutama pada remaja yaitu budaya pop Korea atau *Korean wave*.

K-Pop merupakan salah satu produk yang dihasilkan dari budaya pop Korea. Fenomena budaya *hallyu* atau *Korean wave* di Indonesia sendiri secara masif pada awal tahun 2000-an. Sekitar tahun 2000-2007, layar televisi Indonesia banyak menayangkan drama-drama Korea dan mendapat perhatian dari para penggemarnya. Kemudian pada pertengahan tahun 2009, masuklah musik pop Korea (K-Pop) yang banyak digemari masyarakat. Perkembangan K-Pop semakin besar, menjadi tidak terkendali, dan memiliki pengikut yang paling banyak. Mayoritas peminat K-Pop berasal dari kalangan remaja. Hal ini berdasarkan *survey* yang telah dilakukan oleh Kumparan (2017) didapatkan bahwa penggemar K-Pop 57% adalah remaja dan dewasa muda sekitar umur 12-20 tahun. Kemudian 42% penggemar berumur 21-30 tahun, dan 1% lainnya berumur lebih dari 30 tahun. Hasil *survey* menunjukkan bahwa sebagian besar penggemar K-Pop antara rentang umur remaja dan dewasa muda. Hal tersebut terjadi karena masa dewasa awal merupakan masa seseorang mulai menyukai atau memuja terhadap idolanya (Gumelar, Almaida, & Laksmiwati, 2021).

K-Pop didominasi oleh *boyband* dan *girlsgroup*, hadirnya K-Pop berpengaruh pada perkembangan *fashion*, kecantikan, kuliner, hiburan, pariwisata dan lain sebagainya yang ada di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Penampilan, keahlian, kepribadian, dan profesionalitas selebritis Korea menjadi poin penting dalam pemasaran produk (Wahidah, Nurbayani, & Tutin, 2020). Penampilan dan paras wajah menarik serta keahlian yang dimiliki para selebritis Korea inilah yang menjadikan K-Pop disenangi oleh remaja di Indonesia. Begitu banyak hal menarik dan menonjol dari idol Korea yang memunculkan rasa ingin tahu para penggemarnya mengenai informasi tentang idola tersebut, termasuk informasi pribadi. Mudah-mudahan mendapatkan informasi yang diperoleh dari berbagai media, penggemar dapat mengetahui dan seakan mengenal idolanya mulai dari penampilan, gaya bahasa, bahasa tubuh, dan gaya hidup walaupun tidak pernah bertemu dan berhubungan langsung dengan idolanya.

Penelitian yang telah dilakukan oleh (Aufa, Mufid, & Wahdani, 2022) tentang perilaku modeling yang diakibatkan adanya pengaruh budaya pop Korea pada siswa MAN 1 Bojonegoro. Fokus yang dikaji ialah perilaku modeling pada siswa termasuk pada klasifikasi *tipe symbolic modeling*. Hal itu terjadi karena adanya konsumsi yang terus menerus pada tayangan drama Korea sehingga muncul dorongan dan penguatan yang cukup tinggi. Kemudian siswa membuat perilaku modeling yang mana mereka menjelma menjadi penggemar budaya pop Korea fanatik. Budaya pop Korea berpengaruh positif terhadap perilaku modeling siswa. Adapun penelitian lain yang dilakukan oleh (Putri, Amirudin, & Purnomo, 2019) tentang terbentuknya rasa fanatisme yang terjadi pada generasi Z akibat *Korean wave*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa munculnya rasa fanatisme pada generasi Z dikarenakan adanya rasa suka dan kagum yang tinggi, *addiction*, rasa ingin memiliki dan loyalitas. Dari penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa K-Pop memiliki pengaruh yang besar terhadap perilaku pada remaja yang menyukainya.

K-Pop cepat berkembang pesat dan dapat diterima oleh remaja karena mereka menganggap K-Pop sebuah tren terkini yang dianggap modern. Korean wave mampu mengemas nilai-nilai budaya Korea Selatan secara modern dengan nuansa kehidupan Asia. Hal itu membuat Korean wave memiliki kesan indah di media massa. Dalam

penelitian ini, peneliti mengambil subjek penelitian pada siswa SMAN 2 Ungaran yang berada di Jl. Diponegoro 277 Ungaran, Candirejo, Kecamatan Ungaran Barat, Kabupaten Semarang, Jawa Tengah. Berdasarkan wawancara awal kepada salah seorang siswa kelas XI yang menggemari K-Pop bernama Alan. Informan menjelaskan bahwa awal mulai tertarik dan fanatik pada dunia Korean wave karena tayangan cuplikan dance idol di Tiktok. Oleh sebab itu rasa tertarik muncul dan mulai mencari tahu hal-hal yang berkaitan dengan Korean wave di media sosial. Pada observasi awal, peneliti menemukan siswa yang menggemari Korean wave mengikuti gaya busana ala Korea seperti memakai jaket *croptop*, aksesoris gantungan kunci bergambar idol K-Pop, dan ramainya stand makanan Korea di sekitar SMAN 2 Ungaran. Selain itu, peneliti mengambil lokasi penelitian ini karena SMAN 2 Ungaran memiliki ekstrakurikuler modern dance yang berfokus pada gerakan dance, fashion, dan makeup yang terinspirasi dari idol K-Pop. Sedangkan SMA lain, ekstrakurikuler modern dance nya berfokus pada gerakan dance dari *western*.

Ekstrakurikuler modern dance yang bernama *rylbooms*. Ekstrakurikuler modern dance berdiri sejak tahun 2017 hingga saat ini dan berdiri sendiri tanpa ada Pembina atau pendamping dari pihak sekolah karena belum resmi dijadikan sebagai ekstrakurikuler. Saat ini ekstrakurikuler modern dance diketuai oleh Syasya dari X1.2 dan wakilnya Chessa dari X.6. mereka mengekspresikan kegemarannya dengan cara mengikuti atau cover dance dari grup idol Korea. Anggotanya terdapat 23 orang, mereka menari berdasar pada tarian yang ingin mereka tiru dari grup idol Korea. Ide kostum dan makeup yang mereka pakai juga terinspirasi dari idol yang mereka pilih untuk dijadikan latihan tersebut. Latihan dance dilakukan setiap dua sampai tiga kali dalam seminggu. Dengan kata lain, pemilihan konsumsi produk budaya akan terwujud ke dalam gaya hidup seperti keinginan untuk mempelajari bahasa korea, mencoba makanan korea, meniru gaya hidup sehat ala idol korea, dan membeli barang-barang secara online seperti mengunduh musik korea maupun aksesoris yang berhubungan dengan idol favoritnya.

Tindakan yang diambil seseorang untuk memperoleh atau mengkonsumsi produk dan jasa, serta proses pengambilan keputusan dalam memilih aktifitas tersebut memberikan gambaran tentang gaya hidup seseorang (Nugraheni, 2003). Gaya hidup juga

dikenal dengan cara orang menghabiskan waktunya (aktivitas), apa yang penting untuk dipertimbangkan pada lingkungan (minat), dan apa yang orang pikirkan tentang diri sendiri dan dunia sekitar (opini). Sedangkan Minor dan Mowen (2000) menjelaskan bahwa gaya hidup menunjukkan cara seseorang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktunya. Berdasarkan wawancara kepada salah seorang siswa kelas XI yang menyukai K-Pop bernama Isa. Informan mengatakan bahwa setiap bulan menyisihkan beberapa ribu rupiah dari sisa uang sakunya untuk ditabung membeli *merchandise* K-Pop jika sewaktu-waktu ia ingin membelinya. Dari hasil wawancara dengan Isa, peneliti memperoleh kesimpulan bahwa fenomena budaya pop Korea juga berkembang pada siswa di SMAN 2 Ungaran, Kecamatan Ungaran Barat, Kabupaten Semarang. Berdasarkan pemaparan di atas, maka peneliti ingin mengetahui lebih dalam mengenai gaya hidup siswa yang menggemari K-Pop, sehingga peneliti mengambil tema “**Gaya Hidup Remaja Penggemar Korean Wave (Studi pada SMAN 2 Ungaran, Kecamatan Ungaran Barat, Kabupaten Semarang)**”.

#### **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana gaya hidup siswa penggemar Korean wave?
2. Bagaimana dampak Korean wave terhadap perilaku siswa?

#### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui gaya hidup siswa penggemar Korean wave.
2. Untuk mengetahui dampak Korean wave terhadap perilaku siswa.

#### **D. Manfaat Penelitian:**

1. Manfaat Teoritis:
  - a. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran tentang fenomena *Korean wave* yang terjadi pada remaja masa kini dan diteliti dengan menggunakan pengetahuan yang dipelajari dari mata kuliah perspektif sosiologis.
  - b. Penelitian ini dapat digunakan sebagai pedoman untuk melakukan kajian terkait sekaligus sebagai sumber informasi untuk menghasilkan karya selanjutnya.

## 2. Manfaat Praktis:

- a. Penelitian ini diharapkan mampu menetapkan informasi mengenai fenomena *korean wave* yang terjadi pada remaja terutama gaya hidupnya di era saat ini, mereka lebih menyukai budaya asing karena dianggap lebih modern dan keren.
- b. Penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi untuk sekolah agar siswa dapat bebas berekspresi di luar akademik.

## E. Tinjauan Pustaka

Penelitian tentang gaya hidup remaja penggemar Korean wave bukan hal yang baru. Untuk tujuan *review* kajian terdahulu akan dibagi ke dalam dua tema yang relevan dengan kajian ini yaitu gaya hidup dan Korean wave.

### 1. Gaya Hidup

Kajian tentang gaya hidup telah diteliti oleh Khoiroh, dkk (2024), Wulandari, dkk (2024), Pandeinuwu, dkk (2022), Fahirra dan Anjarwati (2022), dan Kurniawati dan Zuhriya (2021). Khoiroh, dkk (2024) fokus penelitiannya yaitu mengetahui media sosial Tiktok berdampak pada gaya hidup remaja masa kini. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ada hubungan yang cukup kuat antara pengaruh media sosial Tiktok terhadap gaya hidup remaja yang ada di Universitas Muhammadiyah Ponorogo dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,403. Kajian serupa juga dilakukan oleh Wulandari, dkk (2024) yang fokus pada gaya hidup para remaja di Kota Pontianak terhadap belanja online menggunakan aplikasi shopee. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa berbelanja online menggunakan aplikasi shopee memiliki pengaruh yang tinggi antara ekspektasi kinerja, pengaruh lingkungan, perilaku hedonis, pertimbangan harga serta kebiasaan dengan intensitas kebiasaan dalam berbelanja online.

Pandeinuwu, dkk (2022) fokus penelitiannya pada pengaruh sikap, perilaku dan motivasi dalam menonton Korean Pop terhadap gaya hidup remaja di media sosial Kota Manado. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa sikap (X1), perilaku (X2), dan motivasi (X3) berpengaruh tinggi pada gaya hidup remaja (Y) sebesar 50,4%. Fahirra dan Anjarwati (2022) fokus penelitiannya yaitu hubungan antara gaya

hidup hedonis yang berpengaruh pada keputusan membeli album BTS pada ARMY Indonesia. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa semakin tinggi gaya hedonis pada ARMY Indonesia maka besar juga keputusan untuk membeli album BTS. Kuniawati dan Zuhriya (2021) fokus penelitiannya yaitu korelasi antara pengaruh imitasi drama korea terhadap gaya hidup pada mahasiswa. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa besarnya pengaruh imitasi terhadap gaya hidup sangat tinggi.

Kelima penelitian di atas memiliki perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu penelitian ini akan membahas gaya hidup pada remaja akibat Korean wave yang mana hal itu berpengaruh pada pilihan selera seperti pola konsumsi, mode pakaian, dan pilihan untuk menghabiskan waktu luang.

## 2. Korean wave

Kajian tentang Korean wave telah diteliti oleh Amelia dan Aprilia (2024), Kinanthi (2019), Irawan dan Khuluq (2024), Ri'aeni, dkk (2019), dan Putri dan Irma (2020). Amelia dan Aprilia (2024) fokus penelitiannya pada efek penyebaran Korean wave pada kebudayaan nasional generasi muda di Indonesia. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa adanya pergeseran budaya akibat Korean wave yang mana penggemar K-Pop mulai melupakan kebudayaan lokal. Kajian serupa dilakukan oleh Kinanthi (2019) yang fokus pada perkembangan budaya populer Korea yang ada di Kota Semarang. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pengaruh budaya populer Korea di Kota Semarang sangat besar sehingga dengan mudahnya menemukan toko-toko yang menjual produk dari Korea Selatan baik dari makanan, alat kecantikan dan lain sebagainya.

Irawan dan Khuluq (2024) fokus penelitiannya pada dampak dari ketertarikan penggemar muslim pada Korean wave terhadap kriteria mencari pasangan di Lampung. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Korean wave sangat berpengaruh terhadap pemikiran penggemar muslim di Lampung ketika memilih kriteria pasangan mulai dari karakter, paras, dan fisik pasangan karena adanya penggambaran karakter serta paras idola yang baik dan sempurna. Ria'eni, dkk (2019) fokus penelitiannya yaitu budaya korea berpengaruh terhadap para remaja penggemar K-Pop di Kota

Cirebon, lalu pengaruhnya adalah mengikuti komunitas daring *fans* K-Pop. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa setelah para remaja penggemar K-Pop di Kota Cirebon bergabung pada komunitas atau grup online, mereka menjadi kecanduan dan membuat mata mereka menjadi kelelahan karena menatap layar handphone secara terus menerus. Putri dan Irma (2020) fokus penelitiannya yaitu para remaja yang kecanduan menonton drama korea berdampak pada pendidikannya. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa remaja menjadi susah fokus dalam menangkap pelajaran namun di sisi lain drama korea juga membuat mereka mengenal budaya asing.

Berdasarkan pemaparan penelitian sebelumnya di atas, terdapat perbedaan pada penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu penelitian ini akan membahas apa saja dampak Korean wave terhadap perilaku siswa penggemar Korean wave baik dampak individu maupun sosial.

## **F. Kerangka Teori**

### **1. Definisi Konseptual**

#### **a. Gaya Hidup**

Gaya hidup memiliki arti sosiologis lebih terbatas merujuk pada gaya hidup khas dari berbagai kelompok status tertentu. Gaya hidup dalam budaya konsumen mengartikan individual, ekspresi diri serta kesadaran diri yang stilistik. Indikator dari gaya hidup bahwa tubuh, busana, bicara, hiburan saat waktu luang, pilihan makanan dan minuman, pilihan hiburan dan sebagainya merupakan individualitas selera serta gaya dari konsumen (Featherstone, 2001). Gaya hidup digambarkan dengan seluruh pola aktivitas dan kontak sosial seseorang di lingkungan. Kemudian istilah gaya hidup juga dapat dilihat sebagai wujud paling ekspresif dari bagaimana cara manusia menjalani dan memaknai kehidupannya.

Gaya hidup merupakan cara untuk mengidentifikasikan diri dan berbarengan dengan membedakan diri dalam relasi sosial. Selain itu gaya hidup juga merupakan cara bermain dengan identitas (Chaney, 2011). Gaya hidup dapat diartikan dengan hasil kreasi dan buatan. Gaya hidup adalah persoalan pilihan

(Ibrahim, 2011). Gaya hidup dapat dilihat dari aktivitas sehari-hari yang dipresentasikan di dalam masyarakat. Pada saat ini gaya hidup lebih berkembang dan beragam, serta tidak hanya dimiliki oleh masyarakat khusus (kelas atau orang kaya). Gaya hidup saat ini dapat berupa pada cara seseorang dalam gaya berpakaian, minat atau kebutuhan seseorang dalam membeli kebutuhan pokok serta keinginan, dan lain sebagainya. Sehingga bisa disimpulkan bahwa pada kehidupan modern gaya hidup sebagai bagian dari interaksi sosial yang teratur. Pada penelitian ini, peneliti ingin melihat gaya hidup remaja berdasarkan bentuk minat atau keinginannya akibat pengaruh dari K-Pop.

#### b. Remaja

Remaja adalah salah sebuah fase dalam kehidupan. Istilah remaja atau *adolescence* berasal dari kata Latin *adolescere* yang berarti tumbuh menjadi dewasa. Secara luas, remaja mencakup beberapa hal, meliputi: emosional, kematangan mental, sosial serta fisik. Hurlock mengartikan masa remaja adalah masa peralihan, yang mana individu mengalami perkembangan dari masa anak-anak ke masa dewasa baik secara fisik dan psikis (Jannah, 2016). Remaja diidefinisikan menurut WHO ialah populasi dengan periode usia 10-19 tahun (WHO, 2018). Banyak perubahan yang terjadi saat individu memasuki masa remaja, baik fisik, emosi maupun sosial. Perubahan-perubahan tersebutlah yang bisa menjadi pemicu munculnya beragam masalah.

#### c. Budaya Populer

Budaya meliputi segala cara atau pola berpikir, merasakan, dan perilaku. Budaya adalah tentang cara manusia berbicara, berperilaku dan lainnya. Kata budaya berasal dari satu kata Sanskerta, *buddhi* bentuk jamaknya, *buddhayah*, berarti pikiran, nalar, atau pikiran dan nalar. Ini mencakup semua aspek pikiran (Soekanto & Sulistyowati, 2012). Secara sederhana budaya sering diartikan dengan kebiasaan masyarakat. Koenjtraningrat mengartikan budaya yaitu seluruh aspek ide, perilaku, dan produk karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik individu dengan belajar. Sedangkan definisi budaya yang lebih luas dikemukakan oleh Edward B. Taylor bahwa budaya adalah

seluruh aspek rumit yang dicapai manusia sebagai anggota masyarakat yang mencakup pengetahuan, seni, keyakinan, karakter, hukum, kebiasaan dan kemampuan lainnya (Fanani, 2020).

Secara harfiah, populer berarti kebudayaan dari rakyat atau kebudayaan berkembang dari kreativitas orang banyak. Ibrahim dalam Atmaja & Ariyani (2018) mengartikan bahwa budaya populer yaitu budaya masyarakat, budaya orang kebanyakan, kebudayaan orang-orang, muncul dari masyarakat dan tidak hanya dijejalkan dari luar. Dengan kata lain budaya populer merupakan kultur yang dapat dijumpai dalam keseharian individu di kalangan masyarakat.

Berdasarkan penjabaran di atas maka didapatkan pengertian, budaya populer adalah budaya yang menyenangkan atau yang dinikmati banyak orang. Budaya yang berasal dari nilai-nilai mendasar dalam sebuah kebudayaan mengalami pergeseran akibat perkembangan teknologi. Dalam hal ini, nilai berupa kearifan lokal dari warisan secara turun temurun atau juga disebut dengan budaya tinggi (adiluhung) yang mulai bergeser dan digantikan budaya-tandingan (*counter culture*) (Hamid, 2018). Dalam budaya populer merujuk pada era produk massa, budaya adalah benda yang dimanufaktur (diproduksi) atau menggunakan benda-benda yang dimanufaktur. Marx berpendapat bahwa budaya populer yaitu gambaran mengenai perilaku sosial dan barang-barang produksi massa digunakan. Sehingga budaya populer sering disebut dengan budaya massa atau budaya yang dipakai oleh masyarakat.

## **2. Teori Budaya Konsumen Mike Featherstone**

### **a. Konsep Dasar Teori Budaya Konsumen Mike Featherstone**

Istilah postmodern diartikan sebagai post berarti sesuatu yang datang setelahnya, mempunyai arti berbeda-beda berhubungan dengan kekhasan sifat yang dimiliki oleh suatu kelompok (Featherstone, 2001). Budaya konsumen masuk ke dalam era postmodern merujuk pada budaya masyarakat konsumen. Budaya konsumen didasarkan pada asumsi bahwa konsumsi massa disertai dengan pemulihan kembali produksi simbolik, praktik, dan pengalaman sehari-hari secara umum (Featherstone,

2001). Budaya konsumen merupakan sebuah budaya yang mana barang produksi dibuat sedemikian rupa sehingga memunculkan impian-impian secara sengaja dikonstruksi secara sosial terutama oleh sistem kapitalis (Featherstone, 2001).

Image, sinyal, dan barang-barang simbolik digunakan oleh masyarakat konsumen untuk mengumpulkan mimpi, keinginan, dan fantasi yang menekankan keauntetikan romantic dan pemenuhan emosional untuk menyenangkan diri sendiri dan bukan orang lain. Saat ini perilaku konsumsi lebih berorientasi pada pencapaian kesenangan dan pengurangan stress ketimbang pada pemenuhan kebutuhan (Featherstone, 2001). Pada budaya konsumen istilah gaya hidup menunjukkan keunikan, ekspresi diri, dan kesadaran gaya diri. Individualitas selera dan selera gaya hidup pemilik atau konsumen tercermin dalam tubuh, pakaian, suara, aktivitas waktu luang preferensi makanan dan minuman, perumahan, mobil, pilihan liburan, dan sebagainya (Featherstone, 2001).

#### b. Asumsi Dasar Teori Budaya Konsumen Mike Featherstone

Budaya konsumen dalam penggunaan istilahnya mengasumsikan bahwa dunia benda dan prinsip-prinsip strukturnya adalah hal yang signifikan dalam memahami masyarakat kontemporer (Featherstone, 2001). Budaya konsumen merupakan konsumsi massa, perubahan dalam teknik produksi, segmentasi pasar serta tuntutan konsumen akan berbagai macam produk, kemudian mengakibatkan munculnya berbagai pilihan. Pada budaya konsumen disebutkan “saat ini tidak ada fashion, yang ada hanyalah fashions” “Tidak ada aturan yang ada hanya pilihan” (Featherstone, 2001). Budaya konsumen berimplikasi bahwa masyarakat saat ini sedang bergerak menuju suatu masyarakat tanpa kelompok status yang pas di dalam masyarakat itu mengadopsi gaya hidup (termanifestasikan dalam pilihan busana, aktivitas santai, benda-benda konsumen, kecenderungan jasmaniah) yang sesuai dengan pilihan kelompok masing-masing (Featherstone, 2001).

Gaya hidup dalam budaya konsumen didasarkan pada banyaknya informasi serta perkembangan imaje yang tidak dapat distabilkan. Gaya hidup dan konsumsi merupakan produk-produk dari suatu masyarakat luas yang benar-benar

dimanipulasikan, serta pendapat yang berlawanan yang mencoba untuk mempertahankan bidang gaya hidup dan konsumsi (Featherstone, 2001). Budaya konsumen tidak hanya berkaitan dengan rekayasa permintaan yang diakibatkan oleh efisiensi produksi massa atau logika kapitalisme tetapi untuk menemukan kelompok, strata terlibat erat dengan produksi simbol dan khususnya dalam memproduksi imaje dan informasi yang menyampaikan style dan gaya hidup (Featherstone, 2001).

### c. Istilah-istilah Kunci dalam Teori Budaya Konsumen

Mike Featherstone mendeskripsikan ke dalam tiga perspektif utama (Featherstone, 2001) yaitu pertama, ekspansi produksi komoditas kapitalis yang memunculkan akumulasi besar-besaran budaya dalam bentuk barang-barang konsumen, tempat-tempat belanja, dan konsumsi. Fenomena Korean wave merupakan sebuah perkembangan kapitalis budaya yang sengaja dibangun oleh pemerintah Korea Selatan. Meluasnya K-Pop di seluruh dunia karena media massa yang sering menunjukkan citra atau *image* dari Idol K-Pop melalui iklan maupun *platform* media sosial. Sehingga membuat para konsumen menjadi tertarik. Hal itu juga memunculkan perilaku konsumsi pada konsumen. Fenomena Korean wave lebih digemari oleh kalangan remaja karena mereka lebih terpengaruh akan adanya budaya populer karena remaja menganggap Korean wave lebih modern dan terkini. Siswa SMAN 2 Ungaran ikut terkena dampaknya, yang mana mereka mengetahui segala informasi tentang K-Pop melalui media sosial. Adanya konsumsi K-Pop yang dilakukan secara berulang-ulang oleh para siswa, kemudian memunculkan keinginan untuk membeli produk Korean wave yaitu membeli makanan atau jajanan dari Korea Selatan.

Perspektif kedua, kepuasan yang berasal dari benda-benda berhubungan dengan akses benda-benda itu yang terstruktur secara sosial dalam peristiwa yang telah ditentukan yang di dalamnya status dan kepuasan tergantung pada penunjukan dan pemeliharaan perbedaan dalam kondisi inflasi. Fokus perhatiannya adalah perhatian pada cara-cara berbeda setiap individu dalam menggunakan atau mengkonsumsi benda-benda (Featherstone, 2001). Pada teori yang kedua ini lebih berfokus pada pilihan individu untuk kepuasan pribadi sekaligus pembeda, yang

mana pada penelitian ini siswa SMAN 2 Ungaran yang menyukai Korean wave memilih K-Pop sebagai pilihan untuk kepuasan pribadi melalui aktivitas yaitu fashion dan membeli merchandise K-Pop.

Perspektif ketiga, adanya masalah kesenangan emosional untuk konsumsi, mimpi-mimpi dan keinginan yang ditampakkan dalam bentuk tamsil budaya konsumen dan tempat-tempat konsumsi tertentu secara beragam memunculkan kenikmatan jasmaniah langsung serta kesenangan estetis (Featherstone, 2001). Konsumsi diartikan sebagai merusak dan memakai, namun dalam istilah disini konsumsi diistilahkan sebagai pembuang-buangan atau perbuatan yang berlebihan-lebihan. Proses konsumsi ditargetkan pada konsumsi, waktu senggang, pelayanan, serta semakin menonjolnya produksi benda simbolik, imaje, dan informasi (Featherstone, 2001). Kemudian dalam hal ini, percepatan industri hiburan Korean wave semakin banyak dan cepat melalui aplikasi *streaming online*. Konsumsi yang dilakukan oleh para informan dipengaruhi oleh adanya tempat-tempat konsumsi yang menampilkan impian bagi individu. Tempat ini hadir melalui fasilitas yang dikunjungi oleh banyak orang. Salah satunya adalah website online yang menyediakan drama Korea terbaru serta aplikasi youtube yang dapat menayangkan lagu terbaru dari idol K-Pop. Kemudian dalam hal itu membuat selera pada pilihan hiburan di waktu luang yaitu menonton drama Korea dan mendengarkan musik Korea (K-Pop).

## **G. Metode Penelitian**

### **1. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan. Metode Penelitian yang akan peneliti gunakan adalah metode kualitatif. Dikutip dari *Lexi Moleong*, Bogdan dan Taylor menerangkan bahwa yang dimaksud dengan penelitian kualitatif yaitu metode penelitian yang menghasilkan data deksriptif melalui tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Moleong, 2002). Sedangkan pendekatan penelitian yang digunakan yaitu pendekatan deskriptif karena data dikumpulkan dalam bentuk kata-kata, argumentasi, dan visual daripada bentuk angka-angka karena penelitian ini bersifat deksriptif dan menggambarkan sesuatu apa adanya. Dalam

penelitian kualitatif, deksriptif memberikan data dalam bentuk teks atau gambar (Abdussamad, 2021). Penelitian ini dapat menjelaskan kondisi atau fenomena sosial yang terjadi dan menelaahnya berdasarkan apa yang ada di lapangan, maka penelitian ini berusaha mempresentasikan keadaan fenomena tersebut secara sistematis dan rasional.

## 2. Sumber dan Jenis Data

### a. Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan melalui observasi dan wawancara dengan informan. Informan adalah subjek yang dijadikan dalam penelitian (Kusumastuti & Khoiron, 2019). Peneliti mengambil data primer melalui observasi di SMAN 2 Ungaran, Kecamatan Ungaran Barat. Kemudian data primer diambil melalui wawancara kepada 10 siswa yang sesuai dengan kriteria dibutuhkan oleh informan di SMAN 2 Ungaran, Kecamatan Ungaran Barat.

### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi pendukung dari data primer yang sudah dikumpulkan. Data sekunder yang digunakan oleh peneliti yaitu dokumentasi untuk memperkuat data primer dengan bukti pendukung. Dokumen dapat berisi kumpulan fakta serta data tersimpan dalam bahan berbentuk dokumentasi seperti gambar-gambar, dokumen, dan berita-berita (Hamzah, 2019).

## 3. Teknik Pengumpulan Data

### a. Observasi Non Partisipan

Observasi yaitu metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan pengindraan (Suyanto & Sutinah, 2005). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan observasi non partisipan. Observasi non partisipan yaitu peneliti tidak berpartisipasi langsung dengan orang-orang yang menjadi objek pengamatan, karena peneliti hanya

bertindak sebagai pengamat (Hasanah, 2016). Peneliti hanya mengamati serta berkomunikasi kepada pihak-pihak terkait di lokasi penelitian.

b. Wawancara Semi Terstruktur

Wawancara adalah salah satu teknik dalam pengumpulan data. Wawancara bertujuan untuk bertukar informasi dan ide dengan pertanyaan dan tanggapan yang dilakukan oleh dua orang, memungkinkan untuk konstruksi makna dalam isu tertentu (Pertiwi, 2017). Peneliti menggunakan teknik wawancara semi terstruktur adalah sebuah wawancara yang berpedoman pada satu rangkaian pertanyaan terbuka. Cara tersebut akan memunculkan pertanyaan-pertanyaan lain dari hasil jawaban pertanyaan informan sebelumnya. Sehingga peneliti bisa menggali informasi dari informan secara detail (Hasanah, 2016). Peneliti melakukan wawancara semi terstruktur dengan informan yang nantinya akan membantu peneliti untuk menggali lebih dalam tentang topik yang akan dikaji. Peneliti mengambil informan berjumlah 10 siswa dengan menggunakan teknik *snowball*. Melalui teknik penentuan informan ini peneliti memilih informan dengan cara dari memilih satu informan terlebih dahulu kemudian informan lainnya berdasarkan rekomendasi dari informan sebelumnya (Siyoto & Ali, 2015). Peneliti mengambil 10 informan dengan memiliki kriteria yaitu **pertama**, siswa yang telah lama menjadi kpopers lebih dari 2 tahun. **Kedua**, selalu *update* dengan perkembangan Korean wave. **Ketiga**, gemar mendengarkan musik dan menonton drama Korea, serta membeli merchandise K-Pop. Adapun 10 siswa yang sesuai dengan kriteria tersebut antara lain:

**Tabel 1. Daftar Nama Informan**

No	Nama Siswa	Kelas	Lama Menjadi Kpopers
1	Alya	XI.10	5 tahun
2	Zee	XI. 8	4 tahun
3	Alan	XI. 2	5 tahun
4	Meece	XI. 12	7 tahun
5	Athe	XI. 3	4 tahun

6	Isa	XI. 4	4 tahun
7	Fatika	XI. 11	6 tahun
8	Fairuz	XI. 7	4 tahun
9	Nida	XI. 10	7 tahun
10	Alda	XI. 10	4 tahun

*Sumber: Hasil Wawancara*

### c. Dokumentasi

Teknik ini digunakan untuk mempelajari berbagai sumber dokumentasi. Sumber dokumentasi dapat berasal dari berbagai jurnal, buku, dan berita. Teknik ini dilakukan dengan maksud untuk menerangkan peristiwa, objek dan tindakan-tindakan yang dapat menambah pemahaman peneliti terhadap gejala-gejala masalah yang diteliti. Ketelitian catatan lapangan peneliti sangat penting untuk keberhasilan studi kualitatif (Rukajat, 2018). Selain itu peneliti juga membutuhkan peralatan ketika mengambil data di lapangan seperti buku, alat tulis, *tape recorder* dan kamera agar dapat merekam informasi verbal maupun non verbal selengkap mungkin.

## 4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini bersifat analisis data induktif. Analisis data induktif merupakan serangkaian analisis data yang prosesnya berlangsung dari fakta, realita, dan gejala ke teori. Ketika mengumpulkan data di lapangan, analisis data induktif juga dilakukan karena kedua hal tersebut tidak dapat dipisahkan. Akumulasi data serta analisis data terjadi pada saat yang bersamaan, prosesnya partisipatif dan seperti siklus. Analisis data dibentuk ke dalam tiga kelompok berdasarkan Miles dan Huberman (dalam Rijali, (2018) yaitu:

1. Reduksi data: memilih, menyederhanakan, mengabstrakan dan memproses hasil data penelitian mentah dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Selama penelitian, proses ini berlangsung secara terus menerus.

2. Penyajian data: mengumpulkan dan menyusun informasi yang mungkin akan menghasilkan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.
3. Penarikan kesimpulan: penarikan kesimpulan dilakukan secara berulang kali selama berada di lapangan. Dimulai dengan pengumpulan data, peneliti mencari pola, mencatat keteraturan pola-pola (dalam catatan teori), penjelasan-penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab-akibat dan proposisi.

Pada analisis data diawali dengan pengumpulan data, analisis dari berbagai sumber data yang diterima, dan mempertimbangkan serta mencerna data. Setelah data terkumpul, kemudian data tersebut dianalisis dengan menggunakan teori yang mendasari penelitian sesuai dengan daya pikir peneliti (Fadli, 2021).

#### **H. Sistematika Penulisan Skripsi**

Penyusunan penelitian ini sesuai dengan sistematika penulisan skripsi yang berasal dari buku pedoman penyusunan skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Islam Negeri Walisongo Tahun 2019/2020. Adapun proposal ini berjudul Gaya Hidup Remaja Penggemar Korean Wave (Studi pada SMAN 2 Ungaran, Kecamatan Ungaran Barat, Kabupaten Semarang). Oleh karena itu, rencana dalam penulisan laporan penelitian ini akan terbagi menjadi enam bab, yaitu sebagai berikut:

#### **BAB I: Pendahuluan**

Bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian yang terdiri atas manfaat teoritis dan praktis, tinjauan pustaka, kerangka teori, metode penelitian, serta sistematika penulisan.

#### **BAB II: Gaya Hidup, Remaja, Korean wave, dan Teori Budaya Konsumen Mike Featherstone**

Bab ini membahas tentang konsep gaya hidup, remaja, Korean wave, dan teori budaya konsumen. Pembahasan dalam bab ini dibagi menjadi dua sub bab. Sub bab pertama yaitu gaya hidup, remaja, dan Korean wave. Sub bab pertama berisi tentang penjelasan gaya hidup, remaja, Korean wave, dan gaya hidup menurut

perspektif islam. Kemudian, sub bab kedua yaitu teori budaya konsumen dari Mike Featherstone. Sub bab kedua berisi tentang konsep dasar, asumsi dasar, dan kata kunci dari teori budaya konsumen.

### **BAB III: Remaja Penggemar Korean Wave di SMAN 2 Ungaran**

Bab ini membahas mengenai lokasi penelitian yang terdiri dari dua sub bab. Sub bab pertama yaitu gambaran umum SMAN 2 Ungaran. Sub bab kedua mengenai profil penggemar Korean wave di SMAN 2 Ungaran. Pembahasan dalam bab ini mulai dari letak geografis, data demografi, identitas, visi dan misi sekolah, struktur organisasi, dan sejarah sekolah.

### **BAB IV: Gaya Hidup Siswa Penggemar Korean Wave**

Bab ini membahas mengenai gaya hidup siswa penggemar Korean wave di SMAN 2 Ungaran. Pada bab ini akan dibagi ke dalam dua sub bab. Sub bab pertama yaitu belanja berisi tentang perilaku konsumsi ialah membeli makan, *fashion* dan membeli merchandise K-Pop. Sub bab kedua yaitu waktu luang (*lazzering time*) adalah menonton drama Korea dan mendengarkan musik Korea.

### **BAB V: Dampak Korean Wave terhadap Perilaku Siswa**

Bab ini membahas mengenai dampak dari menyukai Korean wave terhadap perilaku remaja. Pembahasan ini akan membahas tentang dampak dari menyukai *Korean Wave* terhadap perilaku siswa terbagi dua sub bab yaitu dampak individu dan dampak sosial.

### **BAB VI: Penutup**

Bab ini membahas tentang kesimpulan dari hasil penelitian secara keseluruhan dan berisi saran-saran

## **BAB II**

### **GAYA HIDUP, REMAJA, KOREAN WAVE, DAN TEORI BUDAYA KONSUMEN**

**MIKE FEATHERSTONE**

#### **A. Gaya Hidup, Remaja, dan Korean Wave**

##### **1. Gaya Hidup**

Gaya hidup diartikan oleh Kotler dan Keller merupakan suatu bentuk kehidupan individu yang mengekspresikan diri melalui kegiatan, ketertarikan, dan pendapatnya. Gaya hidup mencerminkan individu dalam berinteraksi dengan lingkungannya secara keseluruhan. Setiadi mengidentifikasi bahwa gaya hidup ialah seluruh cara berperilaku dan berinteraksi seseorang dengan dunia. Secara umum, aktifitas, minat, dan opini seseorang terhadap lingkungan dan dirinya sendiri semuanya berperan dalam menentukan gaya hidup seseorang (Nugroho, 2008). Antar masyarakat satu dengan lainnya memiliki gaya hidup yang berbeda, cara hidup seseorang atau kelompok akan berubah secara signifikan tergantung pada lingkungan tempat mereka tinggal.

Gaya hidup secara umum merupakan cara bertindak yang mengungkapkan masalah sebenarnya yang dihadapi saat mereka mencampuradukkan beberapa masalah yang berkaitan dengan kesejahteraan mereka. Gaya hidup diartikan dengan sebuah pola konsumsi yang mewakili keputusan yang diambil individu mengenai alokasi waktu dan keuangannya (Lutfianto, 2017). Ketertarikan masyarakat terhadap berbagai produk akan tercermin oleh gaya hidupnya. Gaya hidup seseorang pada dasarnya ialah bagaimana mereka mengatur waktu dan keuangannya. Pola konsumsi seseorang pada akhirnya ditentukan oleh gaya hidupnya, selanjutnya dipengaruhi oleh perilakunya. Gaya hidup seseorang mencakup lebih dari sekedar kepribadiannya atau kelas sosialnya (Kaparang, 2013).

Gaya hidup diistilahkan sebagai konsep yang kompleks. Gaya hidup dipahami sebagai sarana pembeda sosial dalam berbagai cara, sehingga tidak salah

jika gaya hidup dimaknai menjadi “sumber penafsiran” terbuka (Chaney, 2011). Gaya hidup diartikan oleh Chaney sebagai keseluruhan pengalaman sosial, gaya, cara menggunakan barang, lokasi dan waktu, khas kelompok masyarakat tertentu yang sangat bergantung pada bentuk budaya (Chaney, 2011). Gaya hidup pada masyarakat modern mengistilahkan sebagai individualisme, ekspresi diri, serta kesadaran diri untuk bergaya. Tubuh, busana, hiburan saat waktu luang, pilihan makanan dan minuman, rumah, kendaraan, bahkan sumber informasi yang mereka pilih untuk diandalkan semuanya dianggap sebagai cerminan selera gaya individu (Featherstone, 2001).

Dalam penelitian ini yaitu gaya hidup yang terjadi pada siswa penggemar Korean wave di SMAN 2 Ungaran. Menurut observasi peneliti, siswa penggemar Korean wave di SMAN 2 Ungaran menjadikan konsumsi drama Korea dan mendengarkan musik Korea (K-Pop) sebagai gaya hidup mereka sebagai seorang kpopers. Ketika waktu istirahat, mereka mendengarkan musik Korea (K-Pop) untuk melepas stress. Seperti yang sudah dijabarkan di atas bahwa gaya hidup merupakan cara untuk menampilkan dirinya berbeda dengan orang lain. Sehingga dalam penelitian ini, siswa yang menganggap dirinya sebagai kpopers akan melakukan berbagai cara seperti mengonsumsi produk-produk Korea, mengikuti gaya bahasa orang Korea dan sebagainya.

## **2. Remaja**

Remaja adalah salah sebuah fase dalam kehidupan. Remaja atau “*adolescence*” berasal dari bahasa latin “*adolescere*” yang berarti “tumbuh menjadi dewasa”. Secara luas, remaja mencakup beberapa hal, meliputi: emosional, kematangan mental, sosial serta fisik. Hurlock mengartikan masa remaja adalah masa peralihan, yang mana individu mengalami perkembangan dari masa anak-anak ke masa dewasa baik secara fisik dan psikis (Jannah, 2016). Periode remaja adalah masa terjadinya pertumbuhan dan perkembangan yang cepat baik secara fisik, psikologis maupun intelektual. Remaja memiliki rasa keingintahuan yang besar, menyukai petualangan dan tantangan serta cenderung berani menanggung resiko atas perbuatannya tanpa didahului oleh pertimbangan yang matang. Remaja diidefinisikan

menurut WHO ialah populasi dengan periode usia 10-19 tahun (WHO, 2018). Masa remaja awal dan akhir mempunyai karakteristik yang berbeda karena pada masa remaja akhir individu telah mencapai perkembangan yang lebih mendekati dewasa. Generasi yang memiliki peran penting untuk meneruskan serta memajukan bangsa di masa mendatang yaitu remaja. Setiap individu mengalami masa remaja, peralihan dari anak menuju dewasa. Berbagai proses terjadi pada tahapan ini, seseorang untuk menjadi individu yang berkualitas termasuk di dalamnya remaja berisiko terhadap permasalahan yang berpengaruh pada pembentukan dan kepribadiannya (Nurmala, 2017).

Sama pentingnya seperti pada semua periode, kehidupan masa remaja memiliki ciri-ciri tertentu yang membedakannya dengan periode sebelumnya dan sesudahnya. Periode remaja merupakan masa-masa sulit bagi remaja maupun orangtuanya. Adapun ciri-ciri remaja menurut Harlock dalam Putro, (2017):

a. Masa remaja sebagai periode yang penting

Pada fase ini, dampaknya baik jangka panjang maupun pendek masih terasa relevan. Perkembangan mental terjadi beriringan dengan pertumbuhan fisik yang cepat, terutama di tahap pertama remaja. Periode ini seseorang harus melakukan penyesuaian mental serta mengadopsi keyakinan, nilai, dan minat baru.

b. Masa remaja sebagai periode peralihan

Remaja bukan lagi anak-anak dan bukan pula orang dewasa. Remaja akan belajar bertindak sesuai usianya jika mereka bertingkah seperti anak-anak. Remaja yang memiliki perilaku seperti orang dewasa sering kali ditegur dan dituduh terlalu besar. Akan tetapi di sisi lain, status ketidakpastian seorang remaja juga dapat menguntungkannya karena memberikan dia kesempatan untuk bereksperimen dengan berbagai gaya hidup dan mengidentifikasi karakteristik, nilai-nilai, dan pola perilaku yang paling cocok untuknya.

c. Masa remaja sebagai periode perubahan

Selama masa remaja perilaku dan perubahan terjadi sejajar dengan tingkat perubahan fisik. Masa remaja awal ialah masa ketika perubahan perilaku dan

sikap yang cepat di samping perubahan fisik yang cepat. Perubahan sikap dan perilaku juga berkurang ketika perubahan tubuh terjadi.

d. Masa remaja sebagai usia bermasalah

Setiap tahap perkembangan mempunyai masalahnya masing-masing, namun permasalahan remaja sering kali menjadi tantangan bagi laki-laki serta perempuan untuk menyelesaikannya. Banyak remaja yang menyadari bahwa penyesalan mereka tidak selalu sesuai dengan harapan mereka ketika mereka tidak dapat menangani kesulitan mereka sendiri sesuai dengan apa yang mereka pikir seharusnya mereka lakukan.

e. Masa remaja sebagai masa mencari identitas

Baik bagi laki-laki maupun perempuan, masa remaja pada fase awal penyesuaian diri dengan kelompok merupakan masa yang sangat penting. Mereka pada akhirnya mulai ingin mengetahui diri mereka sendiri dan tidak lagi puas hanya dengan menjadi sama seperti teman-temannya dalam segala hal. Status remaja yang ambigu menimbulkan suatu keadaan sulit yang berujung pada “krisis identitas atau permasalahan ego, identitas di kalangan remaja.

f. Masa remaja sebagai usia yang menimbulkan ketakutan

Orang dewasa yang harus membimbing dan mengawasi kehidupan remaja takut untuk memikul tanggung jawab dan tidak peka terhadap perilaku remaja pada umumnya karena remaja dikenal masyarakat lebih suka melakukan sesuka mereka atau “sesuka saya”, sehingga mereka tidak dapat dipercaya serta mereka memiliki kecenderungan untuk berperilaku destruktif

g. Masa remaja sebagai masa yang tidak realistis

Periode remaja melihat kehidupan melalui kaca mata berwarna. Dalam kaitannya dengan impian dan cita-cita khususnya, dia melihat dirinya sendiri dan orang lain bukan sebagaimana adanya, melainkan sebagaimana yang dia inginkan. Emosi yang meningkat merupakan ciri khas masa remaja awal. Hal itu disebabkan oleh ekspektasi dan spirasi tidak rasional yang dia miliki terhadap keluarga, teman dan dirinya sendiri. ketika orang lain mengecewakan mereka atau ketika mereka tidak mencapai tujuan yang mereka harapkan, remaja menjadi marah dan frustrasi.

h. Masa remaja sebagai ambang masa dewasa

Remaja akan mulai resah pada usia kematangannya karena mereka akan meninggalkan stereotip sebagai remaja dan menampilkan citra sebagai orang dewasa seiring dengan semakin dekatnya usia kedewasaan. Tidaklah cukup hanya bersikap dan berpakaian seperti orang dewasa. remaja kemudian mulai fokus pada perilaku yang berhubungan dengan masa dewasa seperti penggunaan narkoba dan alcohol, merokok, minum minuman keras, dan berpartisipasi dalam tindakan seksual yang sangat meresahkan. Mereka percaya bahwa bertindak seperti ini, mereka akan menampilkan citra yang sesuai dengan ekspektasi mereka.

**3. Korean Wave**

Kata *Korean wave* berasal dari bahasa Inggris, sedangkan dalam bahasa Korea dikenal dengan istilah “*Hanryu*” atau “*Hallyu*” yaitu fenomena yang berasal dari Asia dan saat ini berdampak besar terutama pada produk dari budaya populer Korea Selatan seperti film, music, game, dan fashion di seluruh Negara di berbagai dunia. *Korean wave* merupakan sebuah fenomena nasional dan saat yang sama merupakan sebuah fenomena internasional dan diartikan sebagai sebuah informasi yang sangat kompleks dan berlapis-lapis baik nyata, berbayang, bibit unggul dalam praktik budaya, beragam pengalaman hidup, dan serangkaian wacana kuat yang ada di tingkat nasional, translokal, dan transnasional. Di luar Asia, jenis industri budaya ini lebih berdampak besar pada sikap konsumen yang dipicu oleh “*Hallyu*” di komunitas besar Asia di Amerika dan pada tingkat lebih rendah di Eropa Barat. Jika nilai-nilai “ramah keluarga” Asia dianggap sebagai alasan utama keberhasilan drama Korea diekspor ke luar negeri, minat terhadap musik populer Korea tampaknya karena aspek transnasional dan kepopulerannya yang semakin meningkat. Pada saat yang sama, kepopuleran budaya strategis yang menjadi dasar Kpop pertama-tama disebabkan oleh kebutuhan untuk memenuhi keinginan kompleks dari berbagai kelompok penggemar, sehingga memaksimalkan keuntungan kapitalis (Marinescu, 2014).

Setelah Piala Dunia di Korea Selatan dan Jepang pada tahun 2002, Korean wave mulai terbentuk. Acara yang ditayangkan di salah satu jaringan televisi Indonesia ini sekaligus menjadi pengenalan K-Drama atau serial drama Korea

Selatan. *Mother's Sea* merupakan judul K-Drama pertama yang tayang di televisi pada tanggal 26 Maret 2002. *Endless Love* hadir berikutnya pada tanggal 1 Juli 2002. Terdapat 50 judul drama Korea yang ditayangkan di televisi pada tahun 2011, jumlah orang menonton drama Korea semakin meningkat setiap tahunnya (Putri, Liany, & Nuraeni, 2019). Survei yang dilakukan oleh Kompas Online, AGB Nielsen Indonesia bahwa drama *Endless Love* yang tayang di televisi Indosiar pada tahun 2002 mendapat rating 10. Perolehan rating pada drama tersebut ditonton sekitar 2,8 juta orang di kota lima besar di Indonesia. Drama ini menjadi bukti bahwa drama seri dari Negara Korea Selatan mendapat perhatian yang cukup di Indonesia (Nugroho, 2011).

Debut drama Korea di Indonesia diawali dengan tayangnya *Endless Love* di Indosiar. Kemunculan drama Korea di televisi Indonesia bisa disejajarkan dengan popularitasnya saat itu. Sejak itu, K-Drama telah membantu Korean wave semakin berkembang di seluruh Indonesia. stasiun televisi di Indonesia menayangkan sekitar lima puluh serial drama Korea Selatan. Di antara beberapa K-Drama yang ditayangkan di Indonesia, serial drama *Full House* meraih rating tertinggi, dengan rating di atas empat puluh persen pada penayangannya tahun 2005 (Chung, 2011). Program musik pop Korea (K-Pop) juga ditayangkan di Indonesia. Acara-acara seperti konser *Music Bank* dan *SMTOWN* yang menampilkan artis-artis boyband girlband. Lima puluh ribu orang menghadiri konser *SMTOWN* pada 22 september 2012 yang berlangsung di Indonesia. Hal ini menandakan adanya perhatian terhadap Indonesia dalam penyebaran budaya Korea ([smtown.com](http://smtown.com)). Meningkatnya jumlah konser K-Pop yang diselenggarakan di Indonesia selama dua tahun terakhir merupakan indikasi lain dari keberadaan Korean wave. Sekitar delapan konser K-Pop berlangsung di Indonesia pada tahun 2017. Salah satunya adalah boyband BTS yang sangat populer. Ada sekitar enam konser K-Pop di Indonesia pada tahun 2018. Girlband *Twice* Pada tahun 2018, kira-kira telah digelar sebanyak enam konser K-Pop di Indonesia. Tidak mau kalah, girlband yang popularitasnya melonjak pesat, *Twice*, baru saja menggelar konser solo pada 25 Agustus 2018. Di ICE BSD Hall, digelar konser yang menampilkan para K-Pop dengan tema “*Twiceland Zone2: Fantasy Park*” sukses diselenggarakan oleh *Twice* ([smtown.com](http://smtown.com)).

#### 4. Gaya Hidup Menurut Perspektif Islam

Islam telah mengatur sedemikian rupa tentang cara manusia hidup, menggunakan uang, dan menggunakan waktu didalam Al-Quran dan Sunnah. Gaya hidup menggambarkan kegiatan dan ketertarikan opini, individu, dan keyakinan. Konsep diri seseorang dan dapat merupakan sumber informasi kompleks berbeda dipegang oleh seseorang tentang dirinya termasuk ke dalam gaya hidup. Tidak hanya itu, gaya hidup ialah standar hidup individu yang diperlukan baginya untuk mencapai dan mempertahankan tujuan yang dikejarinya secara sah. Selain alat untuk hidup, gaya hidup juga terdiri dari kebiasaan, cara pandang, dan cara seseorang melihat dunia. Melihat bagaimana seseorang harus hidup, bekerja, makan, dan mengisi kehidupannya sehari-hari. Kebiasaan adalah kata lain dari gaya hidup, sesuatu yang dilakukan secara rutin. Islam membentuk jiwa seseorang dan menjadikannya taat, bertakwa, menghargai, dan menerima.

Gaya hidup individu membentuk perilakunya, dan produk yang dibelinya merupakan cerminan gaya hidup tersebut. Allah SWT memerintahkan manusia agar dalam memenuhi kebutuhan secara sederhana yaitu pola hidup seorang muslim yang memenuhi kebutuhan hidupnya dengan wajar. Allah SWT memerintahkan manusia untuk mencukupi kebutuhannya tidak boros dalam pengeluaran agar tercipta mental yang baik. Adanya kebiasaan mengonsumsi drama Korea dan music Korea (K-Pop), secara tidak langsung berpengaruh pada gaya hidup siswa kpopers. Mereka membelanjakan uangnya untuk membeli merchandise K-Pop dan makanan atau jajanan dari Korea Selatan. Dilihat dari hal tersebut, ternyata remaja lebih mementingkan keinginannya bukan kebutuhannya. Jika seorang remaja tidak bijak dalam menyikapi hal tersebut dapat menimbulkan pemborosan pada diri remaja hanya untuk sekedar mengikuti keinginan. Di samping itu, gaya hidup yang bermewah-mewahan atau berlebihan dalam berbagai hal adalah hal yang dilarang oleh Islam (Amalaia, 2018). Allah SWT berfirman dalam Q.S Al-A'raf : 31,

يٰۤاٰدَمُ خُذْ وَا زِيْنَتَكَ مَمَّ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا ۗ اِنَّهٗ  
لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

Artinya: “Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan! Sesungguhnya, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.” (Q.S. Al-A’raf: 31).

Selain menjalani gaya hidup yang sederhana, Islam mengajarkan manusia hendaknya juga dapat menggunakan waktu dengan sebaiknya. Memanfaatkan waktu ialah perintah Allah kepada manusia karena manusia diciptakan di bumi untuk melakukan perbuatan baik. Sangat penting bagi manusia untuk mencurahkan waktu mereka dengan berbagai kegiatan amal dan memanfaatkan kemampuan mereka sebaik mungkin. Agama melarang mempergunakan waktu dengan main-main atau mengabaikan yang lebih penting. Manusia diingatkan untuk memperbanyak amal dan juga saling menasihati pada kebaikan.

Adanya manusia di dunia ini untuk melakukan perbuatan baik, sangatlah penting bagi manusia untuk menggunakan waktunya untuk berbagai kegiatan amal dan memanfaatkan kemampuan mereka sebaik mungkin. Agama melarang membuang-buang waktu untuk hal-hal yang tidak penting atau bermalasan. Kebiasaan menonton drama Korea, mendengarkan musik Korea (K-Pop), dan membuka media sosial untuk mengetahui *update* dari idol dengan intensitas waktu lebih dari 3 jam merupakan aktifitas yang membuang-buang waktu. Remaja perlu untuk belajar menghargai waktu agar dapat memanfaatkan waktu dengan sebaiknya. Waktu dan kemurahan hati tampaknya berjalan beriringan. Waktu akan mempunyai arti jika diisi dengan amal agar tidak masuk ke dalam golongan yang merugi. Amal akan sangat membantu apabila dilaksanakan sesuai dengan waktunya (Bisri, 2020). Allah SWT berfirman dalam Q.S Al-Asr: 3,

إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَتَوَّصَوْا بِالْحَقِّ ه وَتَوَّصَوْا بِالصَّبْرِ

Artinya: “Kecuali orang-orang yang beriman dan beramal saleh serta sering menasihati untuk kebenaran dan kesabaran.”

Sehingga dalam menjalani kehidupan, remaja diharapkan dapat menerapkan gaya hidup yang sederhana tidak berlebih-lebihan serta boros. Pemilihan barang dan jasa yang baik dan halal serta menggunakan uang dengan bijak. Seperti yang terkandung dalam Q.S Al-A'raf ayat 31 yaitu Allah memerintahkan manusia untuk menggunakan pakaian, makanan dan minuman yang baik namun tidak berlebihan. Islam mengajarkan manusia untuk menjadi pribadi yang penuh syukur, bertakwa, dan beriman. Allah juga mewajibkan manusia untuk bisa menggunakan waktu sebaik-baiknya. Hal itu terkandung ke dalam Q.S Al-Asr ayat 3 bahwa manusia diperintahkan Allah untuk beriman, beramal saleh dan senantiasa menasihati dalam kebenaran serta kesabaran. Tidak menggunakan waktu untuk bersantai-santai, Manusia diharapkan bisa menggunakan waktu untuk mengembangkan potensinya dan beramal. Segala sesuatu yang telah Allah perintahkan hendaknya manusia dapat menaati aturanNya agar menjadi golongan yang tidak merugi dan memiliki perilaku baik.

## **B. Teori Budaya Konsumen dari Mike Featherstone**

### **1. Konsep Dasar Teori Budaya Konsumen Mike Featherstone**

Istilah postmodern diartikan sebagai post berarti sesuatu yang datang setelahnya, mempunyai arti berbeda-beda berhubungan dengan kekhasan sifat yang dimiliki oleh suatu kelompok (Featherstone, 2001). Budaya konsumen masuk ke dalam era postmodern merujuk pada budaya masyarakat konsumen. Budaya konsumen didasarkan pada asumsi bahwa konsumsi massa disertai dengan pemulihan kembali produksi simbolik, praktik, dan pengalaman sehari-hari secara umum (Featherstone, 2001). Budaya konsumen merupakan sebuah budaya yang mana barang produksi dibuat sedemikian rupa sehingga memunculkan impian-impian secara sengaja dikonstruksi secara sosial terutama oleh sistem kapitalis (Featherstone, 2001).

Image, sinyal, dan barang-barang simbolik digunakan oleh masyarakat konsumen untuk mengumpulkan mimpi, keinginan, dan fantasi yang menekankan keauntetikan romantic dan pemenuhan emosional untuk menyenangkan diri sendiri dan bukan orang lain. Saat ini perilaku konsumsi lebih berorientasi pada pencapaian kesenangan

dan pengurangan stress ketimbang pada pemenuhan kebutuhan (Featherstone, 2001). Pada budaya konsumen istilah gaya hidup menunjukkan keunikan, ekspresi diri, dan kesadaran gaya diri. Individualitas selera dan selera gaya hidup pemilik atau konsumen tercermin dalam tubuh, pakaian, suara, aktivitas waktu luang preferensi makanan dan minuman, perumahan, mobil, pilihan liburan, dan sebagainya (Featherstone, 2001).

## **2. Asumsi Dasar Teori Budaya Konsumen Mike Featherstone**

Budaya konsumen dalam penggunaan istilahnya mengasumsikan bahwa dunia benda dan prinsip-prinsip strukturnya adalah hal yang signifikan dalam memahami masyarakat kontemporer (Featherstone, 2001). Budaya konsumen merupakan konsumsi massa, perubahan dalam teknik produksi, segmentasi pasar serta tuntutan konsumen akan berbagai macam produk, kemudian mengakibatkan munculnya berbagai pilihan. Pada budaya konsumen disebutkan “saat ini tidak ada fashion, yang ada hanyalah fashions” “Tidak ada aturan yang ada hanya pilihan” (Featherstone, 2001). Budaya konsumen berimplikasi bahwa masyarakat saat ini sedang bergerak menuju suatu masyarakat tanpa kelompok status yang pas di dalam masyarakat itu mengadopsi gaya hidup (termanifestasikan dalam pilihan busana, aktivitas santai, benda-benda konsumen, kecenderungan jasmaniah) yang sesuai dengan pilihan kelompok masing-masing (Featherstone, 2001).

Gaya hidup dalam budaya konsumen didasarkan pada banyaknya informasi serta perkembangan imaje yang tidak dapat distabilkan. Gaya hidup dan konsumsi merupakan produk-produk dari suatu masyarakat luas yang benar-benar dimanipulasikan, serta pendapat yang berlawanan yang mencoba untuk mempertahankan bidang gaya hidup dan konsumsi (Featherstone, 2001). Budaya konsumen tidak hanya berkaitan dengan rekayasa permintaan yang diakibatkan oleh efisiensi produksi massa atau logika kapitalisme tetapi untuk menemukan kelompok, strata terlibat erat dengan produksi symbol dan khususnya dalam memproduksi imaje dan informasi yang menyampaikan style dan gaya hidup (Featherstone, 2001). Budaya ialah unsur yang penting dalam budaya konsumen itu sendiri, tidak ada masyarakat yang jenuh oleh tanda dan imaje seperti masyarakat saat ini. Benda-benda

konsumen bersifat keduniaan dan dibutuhkan sehari-hari kemudian dihubungkan dengan kemewahan, eksotika, keindahan, romansa dengan kegunaan asli dan fungsionalnya yang semakin sulit diuraikan (Featherstone, 2001). Media massa memiliki peran penting pada masyarakat budaya konsumen. Televisi menghasilkan suatu kejenuhan imaje dan informasi yang mengancam realitas. Budaya konsumen menjadikan gaya hidup sebagai suatu proyek kehidupan dan menunjukkan individualitas seseorang serta pengertian individu tentang gaya dalam kekhususan benda-benda, busana, praktik, pengalaman, penampakan serta disposisi jasmaniah yang individu desain sendiri ke dalam gaya hidup (Featherstone, 2001).

### **3. Istilah-istilah Kunci dalam Teori Budaya Konsumen**

Mike Featherstone mendeskripsikan ke dalam tiga perspektif utama (Featherstone, 2001) yaitu pertama, ekspansi produksi komoditas kapitalis yang memunculkan akumulasi besar-besaran budaya dalam bentuk barang-barang konsumen, tempat-tempat belanja, dan konsumsi. Logika komoditas yang sama serta perwujudan rasionalitas instrumental dalam lingkup produksi tampak nyata dalam lingkup konsumsi. Pencarian waktu bersenang-senang, seni dan budaya secara umum tersaring melalui industri budaya. Dalam budaya konsumen mencoba menghapuskan ingatan tentang nilai manfaat benda, maka barang yang dijual menjadi bebas mengambil berbagai macam asosiasi dan ilusi budaya. Periklanan secara khusus mampu mengeksploitasi kondisi ini dan memberikan imaje percintaan, eksotika, nafsu, kecantikan, pemenuhan kebutuhan, kemajuan ilmiah, dan kehidupan yang baik (Featherstone, 2001). Konsumsi membutuhkan manipulasi sinyal secara aktif. Melalui manipulasi sinyal dalam media dan periklanan bahwa sinyal mampu mengalir bebas dari objek dan tersedia untuk digunakan dalam suatu keragaman hubungan asosiatif. penekanan itu berubah dari produksi menjadi reproduksi untuk reduplikasi sinyal, imaje, dan simulasi yang berjalan terus menerus melalui media yang menghapuskan perbedaan antara imaje dan realitas (Featherstone, 2001). Fenomena Korean wave merupakan sebuah perkembangan kapitalis budaya yang sengaja dibangun oleh pemerintah Korea Selatan. Meluasnya K-Pop di seluruh dunia karena media massa yang sering menunjukkan citra atau *image* dari Idol K-Pop melalui iklan maupun *platform* media sosial. Sehingga membuat para konsumen menjadi tertarik.

Hal itu juga memunculkan perilaku konsumsi pada konsumen. Fenomena Korean wave lebih digemari oleh kalangan remaja karena mereka lebih terpengaruh akan adanya budaya populer karena remaja menganggap Korean wave lebih modern dan terkini. Siswa SMAN 2 Ungaran ikut terkena dampaknya, yang mana mereka mengetahui segala informasi tentang K-Pop melalui media sosial. Adanya konsumsi K-Pop yang dilakukan secara berulang-ulang oleh para siswa, kemudian memunculkan keinginan untuk membeli produk Korean wave yaitu membeli makanan atau jajanan dari Korea Selatan.

Perspektif kedua, kepuasan yang berasal dari benda-benda berhubungan dengan akses benda-benda itu yang terstruktur secara sosial dalam peristiwa yang telah ditentukan yang di dalamnya status dan kepuasan tergantung pada penunjukan dan pemeliharaan perbedaan dalam kondisi inflasi. Fokus perhatiannya adalah perhatian pada cara-cara berbeda setiap individu dalam menggunakan atau mengkonsumsi benda-benda digunakan untuk membatasi hubungan sosial (Featherstone, 2001). Konsumsi dalam pengertian ini merujuk pada aspek simbolik benda yang bersifat ganda. Simbolisme bukan hanya tampak dalam desain dan perumpamaan proses produksi dan pemasaran, asosiasi benda yang bersifat simbolik dapat dimanfaatkan dan dinegosiasikan kembali untuk menegaskan berbagai perbedaan gaya hidup yang membatasi hubungan sosial (Featherstone, 2001). Dalam hal ini, objek pembelian digunakan untuk memperoleh prestise untuk menyimbolkan hubungan personal dengan barang tersebut yang didalamnya terdapat pilihan selera individu (Featherstone, 2001). Kesenangan seseorang terhadap barang hanya sebagian berhubungan dengan konsumsi fisik benda itu serta manfaat benda itu sebagai pemberi ciri. Pada teori yang kedua ini lebih berfokus pada pilihan individu atas selera, yang mana pada penelitian ini siswa SMAN 2 Ungaran yang menyukai Korean wave memilih K-Pop sebagai pilihan untuk kepuasan pribadi sekaligus pembeda yaitu fashion dan membeli merchandise K-Pop.

Perspektif ketiga, adanya masalah kesenangan emosional untuk konsumsi, mimpi-mimpi dan keinginan yang ditampakkan dalam bentuk tamsil budaya konsumen dan tempat-tempat konsumsi tertentu secara beragam memunculkan

kenikmatan jasmaniah langsung serta kesenangan estetis (Featherstone, 2001). Konsumsi diartikan sebagai merusak dan memakai, namun dalam istilah disini konsumsi diistilahkan sebagai pembuang-buangan atau perbuatan yang berlebihan-lebihan. Proses konsumsi ditargetkan pada konsumsi, waktu senggang, pelayanan, serta semakin menonjolnya produksi benda simbolik, imaje, dan informasi (Featherstone, 2001). Proses industri memberikan kesempatan bagi seni untuk berubah ke arah industri, yang melihat perluasan pekerjaan dalam periklanan, marketing, desain industri dan pertunjukan komersial untuk menghasilkan hal yang baru. Budaya konsumen postmodern dianggap ‘dangkal’ yang mana seni dan realitas telah berganti tempat dalam ‘halusinasi estetik dari kenyataan itu’. Barang konsumen yang diproduksi secara massal yang membebaskan kreativitas seni dan memungkinkan kreativitas itu untuk memindahkan ke arah keberagaman objek-objek sehari-hari yang diproduksi secara massal. Peran budaya semakin tinggi, semakin penting tidak hanya konsumsi sehari-hari tetapi juga dalam berbagai macam barang dan pengalaman simbolik yang dihasilkan oleh berbagai industri budaya (seni, hiburan, pariwisata) (Featherstone, 2001). Kemudian dalam hal ini, percepatan industri hiburan Korean wave semakin banyak dan cepat melalui aplikasi *streaming online*. Konsumsi yang dilakukan oleh para informan dipengaruhi oleh adanya tempat-tempat konsumsi yang menampilkan impian bagi individu. Tempat ini hadir melalui fasilitas yang dapat dikunjungi oleh banyak orang. Salah satunya adalah website online yang menyediakan drama Korea terbaru serta aplikasi youtube yang dapat menayangkan lagu terbaru dari idol K-Pop. Kemudian dalam hal itu membuat pilihan hiburan di waktu luang yaitu menonton drama Korea dan mendengarkan musik Korea (K-Pop), melalui kegiatan tersebut memunculkan perasaan senang dan halusinasi estetik dari tayangan drama Korea.

### BAB III

## REMAJA PENGGEMAR KOREAN WAVE DI SMAN 2 UNGARAN

### A. Gambaran Umum SMAN 2 Ungaran

#### 1. Letak Geografis

Secara geografis SMAN 2 Ungaran termasuk ke dalam wilayah Kelurahan Candirejo. SMAN 2 Ungaran dikelilingi oleh perumahan warga, departemen keagamaan, dan SMA Tunas Patria. Kelurahan Candirejo letaknya ada di 7°09'' Lintang Selatan dan 110°23'' Bujur Timur. Kelurahan Candirejo ini termasuk dalam wilayah Kecamatan Ungaran Barat, Kabupaten Semarang, Jawa Tengah. Kelurahan ini memiliki wilayah seluas 291 Ha. Secara wilayah, Kelurahan Candirejo berbatasan dengan empat wilayah yaitu Kelurahan Genuk berada di sebelah utara, Desa Gogik berada di sebelah selatan, Kelurahan Gedanganak berada di sebelah timur, dan Desa Nyatnyono berada di sebelah barat. Untuk jarak Kelurahan Candirejo menuju Ibu Kota Kecamatan yaitu 6 km, jarak menuju Ibu Kota Kabupaten yaitu 2,5 km, dan jarak menuju Ibu Kota Provinsi yaitu 24 km.

#### 2. Data Demografi SMAN 2 Ungaran

##### a. Data Pendidik dan Tenaga Kependidikan SMAN 2 Ungaran

Kegiatan pendidikan di SMAN 2 Ungaran dipimpin oleh seorang kepala sekolah dan kegiatan mengajar dilakukan oleh beberapa guru lainnya. Terdapat juga beberapa staf atau karyawan yang ikut serta membantu dalam mendukung kenyamanan belajar. Guru-guru yang mengajar di SMAN 2 Ungaran tersebut berjumlah empat puluh empat yang terbagi ke dalam guru PNS, guru PPK, dan guru tidak tetap. Berikut data pendidik dan tenaga kependidikan yang ada di SMAN 2 Ungaran:

**Tabel 2. Data Guru PNS SMAN 2 Ungaran**

No	Nama	Jabatan
1	Subroto, S.Pd., M.Pd	Kepala sekolah
2	Sri Indihartati, S.Pd., M.Pd	Guru fisika
2	Puji Rahayu, S.Pd., M.Pd	Guru penjaskes

3	Suparti, S.Pd., M.Si	Guru sejarah
4	Xyl Wulaningsih N, S.Pd	Guru bahasa Prancis
5	Mugiwati, S.Pd	Guru sejarah
6	Drs. Maikal Soejarto	Guru kimia
7	Yuliarso, S.Pd	Guru penjaskes
8	Djoko Basuki Nugroho, S.Pd	Guru kimia
9	Drs. Ignatius Yuli Setyanto	Guru matematika
10	Drs. Arief Nurcahya	Guru geografi
11	Nora Syamsidar, S.Pd, M.Si	Guru biologi
12	Suiswati, S.Pd.,S.H., M.Pd	Guru bahasa Inggris
13	Arum Wardhani, S.Pd	Guru sosiologi/ antropologi
14	Binawati, S.Pd., M.Si	Guru bahasa Indonesia
15	Eny Sofiana, SS, M.Si	Guru bahasa Inggris
16	Catur Indah Sulisty, S.Pd	Guru matematika
17	Nining Dwiastuti, S.Psi, M.Si	Guru Bimbingan Konseling
18	Sulis Aprawanti, S.Pd	Guru matematika
19	Andik Setiawan, S.Pd	Guru seni rupa
20	Dyah Rahman K, S.Pd	Guru bimbingan konseling
21	Lilis Sugiyanto, S.Kom	Guru informatika
22	Abadi, S.Pd	Guru seni rupa
23	Joko Priyanto, S.Pd	Guru seni rupa
24	Mashudi, S.Ag., M.Pd	Guru pendidikan agama Islam
25	Wahyono Sapto N, S.Pd	Guru ekonomi
26	Achmad Zaenuri, S.Pd., M.Si	Guru PKN
27	Ova Erliana W, S.Pd	Guru bahasa Indonesia
28	Condro Surekso, S.Pd	Guru biologi

*Sumber: Dokumen Data Pendidik dan Tenaga Kependidikan SMAN 2 Ungaran*

**Tabel 3. Data Guru Tidak Tetap SMAN 2 Ungaran**

No	Nama	Jabatan
1	Suhasto, S.Sn	Guru seni karawitan/ bahasa jawa
2	Wahyu Yulia N, M.Pd	Guru bahasa inggris
3	Lina Septiadi, S.Pd	Guru bahasa Indonesia
4	Marita Hayu N, M.Pd	Guru bahasa jawa
5	Dwi Restu Kiswanto, S.Pd	Guru PKN
6	Fajar Arif S, S.Pd., M.Pd	Guru matematika
7	Ajeng Miranti, M.Pd	Guru penjaskes
8	Muhammad Faisahal, S.Pd	Guru PA Islam
9	Muhammad Khaerul A, S.Pd	Guru matematika
10	Haekal Mubarak, S.Pd.I	Guru PA Islam
11	Miftahul Mu'in, S.Pd	Guru bahasa jawa
12	Runi Dwianti, S.Pd., M.Ak	Guru ekonomi
13	Bagus Purwo N, S.Pd	Guru fisika
14	Rofia'tul Choiril I, S.Pd	Guru bahasa Indonesia
15	Galoh Dwi Condro W, S.Pd	Guru bimbingan konseling
16	Ari Susanto, S.Pd	Guru ekonomi

*Sumber: Dokumen Data Pendidik dan Tenaga Kependidikan SMAN 2 Ungaran*

**Tabel 4. Data Guru PPPK SMAN 2 Ungaran**

No	Nama	Jabatan
1	Purwati, S.Th	Guru PA Kristen
2	Achmad Shokip, S.Kom	Guru TIK
3	Yahya Suharsoyo, S.Kom	Guru TIK
4	Sri Ningsih, S.Pd	Guru Bimbingan Konseling
5	Yerry Satria Eleazar D, S.Pd	Guru penjaskes

6	Danang Wahyu Prasetyo, S.Pd	Guru matematika
7	Dewi Alimah, S.Pd	Guru biologi
8	Musyarofah, S.Pd., M.Pd	Guru kimia
9	Rizkiana Shinta, S.Pd	Guru fisika/PKWU
10	Siti Maesyaroh, S.Pd	Guru bimbingan konseling
11	Nisa Adi Nastiti, S.Pd	Guru bahasa indonesia
12	Janti Yusuf Affandi, S.Pd	Guru geografi
13	Sholikhatun Ni'mah, S.Pd	Guru sosiologi/ antropologi
14	Muhammad Ulil F, S.Pd	Guru sejarah/ antropologi
15	Wasis Basuki, S.Kom	Guru TIK

*Sumber: Dokumen Data Pendidik dan Tenaga Kependidikan SMAN 2 Ungaran*

**Tabel 5. Data Staff dan Karyawan PNS SMAN 2 Ungaran**

No	Nama	Jabatan
1	A. Isnanto, S.IP	Kasubbag TU
2	Pipit Kusmawati	Bendahara
3	Andi Untoro	Pengurus barang

*Sumber: Dokumen Data Pendidik dan Tenaga Kependidikan SMAN 2 Ungaran*

**Tabel 6. Data Staff dan Karyawan Tidak Tetap SMAN 2 Ungaran**

No	Nama	Jabatan
1	Murtiningsih	Keuangan
2	Mulyaningsih	Sarpras
3	Ocky Setiany	Kesiswaan
4	Arlina Indah M, S.Pd.Kom	Kepegawaian
5	Akbar Hanifan, S.Si	Keuangan
6	Sarman	Kebersihan

7	Cholid As'ad	Driver/ jaga malam
8	Juparno	Kebersihan
9	Aan Dwi Uliarta	Satpam
10	Muhammad Arif	Satpam
11	Agus Suranto	Satpam
12	Pujo Sutarto	Teknisi
13	Hendra Ardiyanto	Satpam
14	Widiyandoko Sumarsono, S.Pd	Laboran

*Sumber: Dokumen Data Pendidik dan Tenaga Kependidikan SMAN 2 Ungaran*

Berdasarkan tabel data tenaga pendidik dan kependidikan di atas, jumlah keseluruhan guru beserta staf atau karyawan yaitu berjumlah 76 orang dengan pembagian data guru bersatus PNS sebanyak 28 orang, guru berstatus PPPK sebanyak 15 orang, guru tidak tetap sebanyak 16 orang, staff atau karyawan PNS sebanyak 3 orang, dan staf atau karyawan tidak tetap sebanyak 14 orang.

b. Data Murid SMAN 2 Ungaran

Pada lembaga pendidikan, tidak hanya terdapat tenaga pengajar namun juga ada pihak didik yaitu murid. Sebagai lembaga pendidikan, kegiatan pembelajaran yang dilakukan di SMAN 2 Ungaran diikuti oleh banyak murid dengan jumlah yang berbeda pada masing-masing tingkatan kelasnya, data murid di SMAN 2 Ungaran tersebut yaitu:

**Tabel 7. Data Murid SMAN 2 Ungaran**

No	Kelas	Jumlah Kelas	L	P	Jumlah
1	X	12	169	261	430
2	XI	12	170	261	431
3	XII	12	170	253	423
Total Murid			509	775	1.284

*Sumber: Dokumen Data Murid SMAN 2 Ungaran Tahun 2023-2024*

Berdasarkan data murid pada tabel diatas, jumlah keseluruhan murid di SMAN 2 Ungaran tahun ajaran 2023-2024 berjumlah 1284 murid dengan

masing-masing kelas terdapat 12 kelas, serta tiap kelas di dalamnya ada 36 murid. Sehingga total murid laki-laki sebanyak 509 murid dan murid perempuan sebanyak 775 murid. Dari jumlah murid yang ada di SMAN 2 Ungaran, jumlah murid terbanyak di kelas XI sebanyak 431 murid sedangkan pada kelas X sebanyak 430 murid dan kelas XII jumlah muridnya yaitu sebanyak 423 murid. Rata-rata siswa yang masuk ke SMAN 2 Ungaran melalui sistem zonasi wilayah yang termasuk ke dalam daerah Ungaran Barat dan Ungaran Timur. Siswa yang termasuk ke dalam di wilayah Ungaran Barat sebanyak 542 siswa dan siswa yang termasuk ke dalam wilayah Ungaran Timur sebanyak 742 siswa.

c. Data Sarana Prasarana

Sarana prasana merupakan salah satu bagian penting yang diperlukan oleh sekolah karena hal tersebut digunakan untuk menunjangnya aktivitas bagi semua warga sekolah, baik guru, murid, dan karyawan. Adapun beberapa sarana prasarana di SMAN 2 Ungaran yang dapat mempermudah pembelajaran bagi warga sekolah, yaitu:

**Tabel 8. Data Sarana Prasarana SMAN 2 Ungaran**

No	Sarana prasarana	Jumlah
1	Ruang kelas	37
2	Laboratorium IPA	4
3	Laboratorium Bahasa	1
4	Laboratorium Komputer	2
5	Perpustakaan	2
6	Ruang UKS	1
7	Ruang keterampilan	1
8	Ruang BK	1
9	Ruang guru	1
10	Gedung MGMP	1
11	Aula	1
12	Ruang OSIS	1

13	Mushola	1
14	Gudang	3
15	Sanitasi	7
16	Ruang kepala sekolah	3
17	Kamar mandi guru (lk&pr)	7
18	Kamar mandi siswa (lk&pr)	15
19	Ruang TU	1
20	Lapangan	2
21	Koperasi/toko	2
22	Kantin	2

*Sumber: Dokumen data sarana prasarana SMAN 2 Ungaran*

Berdasarkan data yang ada pada tabel di atas, terdapat beragam sarana prasarana di SMAN 2 Ungaran yang akan membantu kelancaran kegiatan pendidikan seperti ruang kelas, ruang kepala sekolah, ruang guru dan lain-lain. mengenai jumlah sarana dan prasarananya SMAN 2 Ungaran menyediakan jumlah sesuai dengan kebutuhan dari para guru dan para murid.

d. Kegiatan Ekstrakurikuler

1. Modern Dance

Siswa diberikan kebebasan dalam memilih kegiatan ekstrakurikuler yang telah disediakan dari sekolah. Modern dance merupakan salah satu ekstrakurikuler tidak resmi yang pada awalnya dibentuk oleh beberapa siswa yang menyukai dance. Modern dance berdiri sekitar tahun 2017 yang diberi nama srikandi ivory karena anggotanya semua perempuan serta tema dance yang diambil masih terdapat unsur tradisionalnya. Pada awalnya dibagi menjadi dua team dance yaitu team hip hop dan cover dance. Team hip hop memiliki lebih sedikit peminat dibandingkan dengan cover dance karena peminatnya yang sedikit, kemudian digabung menjadi satu team. Supaya peminatnya bertambah, leader mengganti nama menjadi rylbooms dan mengganti konsep dance

dengan yang lebih modern ditambah lagu yang bernuansa RnB kearah music hip hop tahun 90an.

Rylbooms berasal dari dua kata yaitu royal dan booms. Kata royal diambil dari grup dance royal family yang mana gerakan dance kebanyakan terinspirasi dari grup dance tersebut. Sedangkan kata booms memiliki arti ingin menunjukkan dance yang sudah ada lalu dikemas kembali agar semakin ‘booms’ atau menakjubkan. Lama-kelamaan peminatnya semakin bertambah dan mulai gencar mengikuti perlombaan. Pertama kali mengikuti perlombaan di tri lomba juang yang berada di dekat gor pantai marina dan salatiga mendapat juara harapan dua. Kemudian pada angkatan 2019/2020 gerakan dance lebih banyak mengikuti K-Pop. Mereka mengcover dance dengan mengambil tema blackpink, twice dan lain sebagainya. Sampai saat ini cover dance lebih banyak mengambil gerakan dance K-Pop. Anggota saat ini berjumlah 23 orang dan diketuai oleh Syasya dari kelas XI.2 dan Chessa dari kelas X.6.

### **Gambar 1. Kelompok Modern Dance**



*Sumber: [instagram.com/rylbooms](https://www.instagram.com/rylbooms)*

Ekstrakurikuler modern dance telah meraih beberapa prestasi dalam ajang perlombaan dance yaitu Juara 1 Lomba Dance Antropology Cup, Juara 2 Lomba FORDA (Festival Olahraga Daerah) Jawa Tengah, dan Juara harapan 2 Lomba di Tri Juang. Ekskul modern dance juga sudah

banyak mengisi berbagai kegiatan di dalam sekolah seperti wisuda perpisahan sekolah, acara ulang tahun sekolah, dan acara-acara lain.

## 2. Seni Tari Tradisional

Seni tari tradisional di SMAN 2 Ungaran atau dikenal sebagai Baruklinting Sendratari merupakan wadah bagi para siswa yang ingin mengembangkan bakat tarinya. Baruklinting Sendratari juga dikenal sebagai identitas SMAN 2 Ungaran. Ekskul seni tari tradisional menjadi ekskul favorit karena banyaknya peminat yang ikut ke dalam tari tradisional terutama dari siswi dan dibimbing oleh satu guru pendamping. Ekskul tari tradisional telah banyak berpartisipasi dalam acara bergengsi dan meraih penghargaan dalam acara perlombaan tari sehingga dapat mengharumkan nama sekolah. Ekskul tari tradisional pernah ikut tampil memeriahkan acara dalam rangka memperingati HUT Kabupaten Semarang ke 496 yang diikuti oleh 500 siswa dan siswi SMAN 2 Ungaran dengan menampilkan tarian Baruklinting, legenda terjadinya Rawa Pening. Ekskul seni tari juga sering ikut mengisi pada kegiatan di dalam sekolah seperti acara ulang tahun sekolah, wisuda perpisahan sekolah, dan acara-acara lain.

### **Gambar 2. Kelompok Tari Tradisional**



*Sumber: [instagram.com/keseniansmada](https://www.instagram.com/keseniansmada)*

### 3. Kelompok Ilmiah Remaja (KIR)

Kelompok Ilmiah Remaja atau disebut sebagai KIR adalah kelompok remaja yang melakukan serangkaian kegiatan yang menghasilkan karya ilmiah. KIR merupakan kegiatan ekstrakurikuler di SMAN 2 Ungaran yang terbuka untuk para remaja yang ingin mengembangkan kreativitas, ilmu pengetahuan, dan teknologi pada masa kini maupun masa yang akan datang. Kegiatan yang dilakukan ekskul ini adalah diskusi, meneliti, dan mengobservasi sesuatu membuat prototype, dan kegiatan lainnya. Tim KIR SMAN 2 berhasil menjadi juara 3 dalam Lomba Kreativitas dan Inovasi Perangkat Daerah dan Masyarakat Tingkat Kabupaten Semarang tahun 2022.

**Gambar 3. Tim KIR**



*Sumber: <https://www.sman2-ungaran.sch.id>*

### 4. Paskibra

Paskibra merupakan kepanjangan dari Pasukan Pengibar Bendera. Paskibra merupakan suatu ekstrakurikuler yang dapat menjadi media bagi anggotanya untuk membentuk nilai-nilai penting dalam diri. Di dalamnya terdapat nilai-nilai seperti kedisiplinan, cinta tanah air, patriotism, dan lain-lain. oleh karena itu upaya dan partisipasi semua pihak sangat diperlukan terutama sekolah. Kegiatan ekstrakurikuler Paskibra merupakan salah satu kegiatan yang berperan penting di sekolah. Kegiatan kepaskibraan diharapkan dapat membentuk karakter siswa SMAN 2

Ungaran untuk menjalankan perannya baik di sekolah maupun di masyarakat. Adapun jenis kegiatan Paskibra adalah latihan PBB, latihan upacara bendera, pelatihan materi ruangan dan lapangan serta pelantikan anggota Paskibra. Ekskul Paskibra sudah banyak meraih prestasi dalam perlombaan tingkat Jawa Tengah dan Nasional, antara lain:

1. Juara Harapan 1 Loptasiku Dinusfest, Universitas Dian Nuswantoro 2024 Tingkat Nasional
2. Best Danton 23 Lopatsiku Dinufestm Universitas Dian Nuswantoro 2024 Tingkat Nasional
3. Best Kostum 3 Loptasiku Dinusfest, Universitas Dian Nuswantoro 2024 Tingkat Nasional
4. Juara 3 PBB LKBB Universitas 17 Agustus 1945 Tingkat Jawa Tengah 2024
5. Juara Harapan 3 Variasi dan Formasi LKBB Univeristas 17 Agustus 1945 Tingkat Jawa Tengah 2024
6. Juara 1 Best Kostum LKBB Universitas 17 Agustus 1945 Tingkat Jawa Tengah 2024

**Gambar 4. Tim Paskibra**



*Sumber: [instagram.com/smanegri2ungaran](https://www.instagram.com/smanegri2ungaran)*

### 3. Visi dan Misi SMAN 2 Ungaran

Untuk menjalankan kegiatan pendidikan di SMAN 2 Ungaran, dalam pelaksanaannya berdasarkan pada visi dan misi SMAN 2 Ungaran. Adanya visi misi ini terbentuk dari kesepakatan-kesepakatan pihak terkait dalam menentukan pokok-pokok yang harus diterapkan dan dilaksanakan sesuai dengan tujuan pendidikan baik dari pendidikan umum maupun prestasi murid. Adapun visi dan misi SMAN 2 Ungaran yaitu:

#### a. Visi SMAN 2 Ungaran

Mewujudkan warga sekolah yang bertaqwa, berbudaya, berprestasi, terampil, dan berwawasan lingkungan.

#### b. Misi SMAN 2 Ungaran

- 1) Membentuk budi pekerti luhur dan menumbuhkan penghayatan terhadap ajaran agama yang dianut, budaya bangsa sehingga menjadi sumber kearifan dalam bertindak.
- 2) Meningkatkan penghayatan dan pengamalan terhadap ajaran agama yang dianut warga sekolah.
- 3) Meningkatkan toleransi dan kerukunan umat beragama di lingkungan sekolah serta memperhatikan norma agama dalam bertingkah laku.
- 4) Meningkatkan dan melestarikan budaya bangsa yang menjadi sumber kearifan dalam bertindak setiap warga sekolah.
- 5) Meningkatkan pemberdayaan lingkungan sekolah dalam mewujudkan Wawasan Wiyata Mandala.
- 6) Meningkatkan pelestarian lingkungan hidup dalam upaya terciptanya lingkungan sekolah yang bersih, indah, dan asri.
- 7) Menciptakan lingkungan pembelajaran yang kondusif dalam upaya meningkatkan mutu pembelajaran.
- 8) Melaksanakan tata tertib sekolah dengan konsisten oleh warga sekolah untuk menumbuhkan budaya tertib.
- 9) Meningkatkan profesionalisme guru, laboran, pustakawan maupun tenaga administrasi dalam mewujudkan Standar Pelayanan Minimal (SPM).

- 10) Meningkatkan kuantitas dan kualitas sarana dan prasarana pendidikan dalam mendukung penguasaan IPTEK.
- 11) Menyediakan wadah kegiatan dan kreativitas siswa untuk pelestarian budaya dan peningkatan prestasi akademik dan non akademik.
- 12) Melatih keterampilan untuk menumbuhkan semangat berprestasi dan membantu siswa mengenali potensi dirinya sehingga berkembang selanjutnya siap menghadapi persaingan global.
- 13) Meningkatkan prestasi warga sekolah untuk menumbuhkan semangat keunggulan dan semangat kompetitif.
- 14) Meningkatkan persentase siswa yang dapat diterima di Perguruan Tinggi Negeri.

*Sumber: sman2-ungaran.sch.id/profil*

#### **4. Identitas SMAN 2 Ungaran**

Nama lembaga	: SMAN 2 Ungaran
Kepala Sekolah	: Subroto, S.Pd., M.Pd.
NPSN	: 20320241
Alamat	: Jl. Diponegoro 277 Ungaran
Desa/ Kelurahan	: Candirejo
Kecamatan/ Kota (LN)	: Kecamatan Ungaran Barat
Kab.-Kota/Negara (LN)	: Kabupaten Semarang
Provinsi/ Luar Negeri (LN)	: Provinsi Jawa Tengah
Status	: Negeri
Kategori Sekolah	: Sekolah Penggerak
Akreditasi	: A
Kurikulum	: 2013
Waktu	: sehari penuh (5 jam)
Bentuk Pendidikan	: SMA
Status Kepemilikan	: Pemerintah Daerah
No.SK. Pendirian Sekolah	: 055801984
Tanggal SK Pendirian	: 01-01-1900
SK Izin Operasional	: 0558/0/1984

Tanggal SK Izin Operasional

: 20-11-1984

*Sumber: sman2-ungaran.sch.id/profil*

*dan referensi.data.kemdikbud.go.id diakses pada 16 September 2023*

## 5. Struktur Organisasi di SMAN 2 Ungaran

Pelaksanaan kegiatan belajar diharapkan semua pihak dapat berjalan dengan lancar, maka dibuatlah struktur organisasi dalam memantau, melaksanakan, dan mengevaluasi kegiatan pendidikan di SMAN 2 Ungaran. Struktur organisasi menggambarkan kerangka menyeluruh menentukan tugas pekerjaan yang dibagi, dikelompokkan, dikoordinasikan untuk perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan aktivitas yang dilakukan oleh pihak sekolah dalam suatu organisasi. Dalam hal ini seluruh pihak yang telah diberi tanggung jawab diharapkan mampu bisa membantu pada kelancaran kegiatan pendidikan yang ada di sekolah tersebut. Berikut struktur organisasi yang ada di SMAN 2 Ungaran yaitu:

**Tabel 9. Struktur Organisasi SMAN 2 Ungaran**

No	Nama	Jabatan
1.	H. M. Toha, S.H.,M.H	Komite Sekolah
2.	Subroto, S.Pd.,M.Pd	Kepala Sekolah
3.	Puji Rahayu, S.Pd., M.Pd	Kepala Tata Usaha
4.	Mashudi, S.Ag., M.Pd.	Wakil Kepala Kesiswaan
5.	Joko Priyanto, S.Pd	Wakil Kepala Humas
6.	Binarawati, S.Pd.,M.Si	Wakil Kepala Kurikulum
7.	Nining Dwiastuti, S.Psi., M.Si	Wakil Kepala Sarpras
8.	Dyah Rachman, S.Pd	Koordinator BK
9.	Xyl Wulaningsih N, S.Pd	Kepala Perpustakaan

*Sumber: Papan Struktur Organisasi Pengurus SMAN 2 Ungaran*

Berdasarkan tabel yang dipaparkan di atas, pihak yang mengelola kegiatan pembelajaran di SMAN 2 Ungaran terdiri dari sembilan anggota pengurus dengan diketuai oleh komite sekolah yaitu Bapak Toha. Adapun sembilan anggota pengurus tersebut terdiri dari Bapak Subroto sebagai kepala sekolah, Ibu Rahayu sebagai

kepala tata usaha, Bapak Mashudi sebagai wakil kepala kesiswaan, Bapak Joko sebagai wakil kepala humas, Ibu binarawati sebagai wakil kepala kurikulum, Ibu nining sebagai wakil kepala sarpras, Ibu Dyah sebagai koordinator BK, dan Ibu Xyl sebagai kepala perpustakaan. Pihak-pihak yang telah dijabarkan di atas saling bekerjasama agar pendidikan di SMAN 2 Ungaran dapat berjalan dengan baik dan lancar.

## **6. Sejarah SMAN 2 Ungaran**

SMA Negeri 2 Ungaran Kabupaten Semarang didirikan pada awal tahun pelajaran 1984/1985 atas dasar surat keputusan keputusan Mendigbud nomor 0550/0/1982, tertanggal 20 November 1984. Izin operasional sementara diterbitkan oleh Kakanwil Depdikbud Provinsi Jawa Tengah tertanggal 18 Mei 1984 No. 827/103/C/1984. Pendaftaran siswa baru pertama kali diampu oleh SMAN 1 Ungaran yang berjumlah 3 kelas dan masing-masing kelas terdiri dari 40 siswa. Untuk tempat belajar sementara mempergunakan gedung SD Sidomulyo II Ungaran di Jalan Diponegoro. Guna pendekatan lokasi tanah yang disediakan Pemda, maka tempat pembelajaran pindah ke SD Genuk Ungaran. Pemda Kabupaten Semarang menyediakan tanah lokasi seluas 28.850m<sup>2</sup> berupa tanah tadah hujan bekas bengkok carik yang terletak di desa Candirejo Kecamatan Ungaran, dengan pemekaran Ungaran sebagai ibukota Kabupaten Semarang, maka dimasukkan ke dalam Kecamatan Ungaran. Pembangunan gedung sekolah tahap pertama terdiri atas 6 ruang kelas, 1 ruang kepala sekolah, 1 ruang guru, 1 ruang UKS, dan perpustakaan yang dikerjakan oleh PT Wahyu Wijaya Semarang, selesai tahun 1985. Gedung mulai dipergunakan oleh Kakanwil Depdikbud Jawa Tengah Drs. Suyata pada tanggal 24 Oktober 1985. Peresmian dilakukan oleh seluruh UGB se Jawa Tengah oleh Mendikbud RI Prof. Dr. Fuad Hasan pada tanggal 18 februari 1986 di SPG Rembang dengan SK Mendikbud nomor 73781/C/KI.2/1985 tertanggal 8 Oktober 1985. Kemudian bersamaan dengan itu juga diangkat Moch. Sumarsa, BA sebagai Kepala Sekolah pertama. Pada Tahun 1988/1990 dirintis pembangunan mushola dari pengumpulan amal jariyah dan mendapat stimultan dana Dirjen Dikdasmen sebesar Rp 2000.000. Berlanjut tahun 1992 sesuai SK Kakanwil Depdikbud Jawa Tengah No. 1220/103.d.1/Ca.3.92 tertanggal 14 april 1992 diangkatlah Sutino, Ba sebagai Kepala

Sekolah yang kedua. Pada sekitar tahun 1993 atau 1994 membangun 1 ruang kelas baru dengan dana dari BP3, tahun 1994/1995 mendapat paket bangunan laboratorium IPA beserta kelengkapannya.

## **B. Profil Penggemar Korean Wave di SMAN 2 Ungaran**

### **1. Profil Informan**

1. Isa siswa penggemar Korean wave di SMAN 2 Ungaran dari kelas XI.4. Informan menjadi kpopers selama 4 tahun sejak SMP sampai sekarang. Idol yang disukai oleh informan adalah boygroups dari NCT dan Seventeen. Informan menemukan kesenangan dalam mengeksplorasi sosial media twitter akun fanbase idol K-Pop untuk mengetahui segala informasi terkini dari idolnya. Informan memiliki budget tertentu untuk membeli merchandise dari idol K-Popnya. Informan membeli merchandise tersebut dengan menyisihkan uang sakunya. Informan hanya mau membeli merchandise K-Pop yang asli melalui *online shop* sebagai bentuk penggemar yang menghargai karya dari idolnya.
2. Zee siswa penggemar Korean wave di SMAN 2 Ungaran dari kelas XI.8. Informan menjadi kpopers selama 4 tahun sejak SMP sampai sekarang. Idol yang disukai oleh informan adalah NCT. Dalam waktu luang, informan melakukan streaming youtube untuk melihat gerakan dance dari idolnya sebagai inspirasi untuk latihan dance. Informan lebih senang menghabiskan uangnya untuk membeli jajanan dari Korea Selatan. Alasan informan menyukai K-Pop karena tayangan K-Pop sering bermunculan di halaman akun tiktok miliknya. Sehingga informan menjadi tertarik dengan K-Pop dan mencari tahu lebih dalam tentang idol tersebut.
3. Alya siswa penggemar Korean wave di SMAN 2 Ungaran dari kelas XI.10. Informan menjadi kpopers selama 5 tahun sejak SD sampai sekarang. Idol yang disukai oleh informan adalah Seventeen. Informan menyukai dance idol K-Pop yang mana kemudian informan mengikuti ekskul modern dance untuk mengisi waktu luangnya. Informan menyukai K-Pop karena pengaruh teman sebayanya. Informan diperkenalkan Seventeen oleh temannya, lalu akhirnya tertarik karena rupawan dan lagunya yang enak di dengar.

4. Meec siswa penggemar Korean wave di SMAN 2 Ungaran dari kelas XI.12. Informan menjadi kpopers selama 7 tahun sejak SD sampai sekarang. Alasan informan menyukai K-Pop karena pengaruh teman sebaya. Berawal dari teman sebayanya yang selalu membicarakan K-Pop, informan lama-lama menjadi tertarik dan mencari tahu segala informasi tentang K-Pop. Idol K-Pop pertama kali yang disukai oleh informan adalah Blackpink karena dancinya yang bagus dan fashionnya yang keren. Namun seiring berkembangnya waktu, informan memilih fandom IVE untuk digemari. Menurut informan, IVE memiliki karakter yang kuat pada setiap membernya. Informan sangat menyukai gerakan dance dari idolnya tersebut. Sehingga informan ikut bergabung ke ekskul modern dance karena informan ingin mengasah bakat dance nya tersebut.
5. Fatika siswa penggemar Korean wave di SMAN 2 Ungaran dari kelas XI.11. Informan menjadi kpopers selama 6 tahun sejak SD sampai sekarang. Alasan informan menyukai Korean wave karena awalnya informan tidak sengaja melihat cuplikan drama Korea dari D.O personil EXO di Instagram. Lalu informan mencari tahu sendiri mengenai profil idol tersebut. Setelah informan mencari tahu lebih dalam segala informasi tentang D.O, akhirnya informan menjadi penggemar berat dari D.O- EXO. Informan menghabiskan uangnya untuk membeli merchandise K-Pop. Informan membeli merchandise K-Pop hanya untuk sekedar memiliki saja. Menurut informan, ketika dia memiliki photocard idolnya tersebut membuatnya lebih semangat dalam menjalani kehidupan sekolahnya. Menurutnya, idolnya sangat berjasa dalam membantunya untuk tetap berjuang menggapai cita-citanya.
6. Fairuz siswa penggemar Korean wave di SMAN 2 Ungaran dari kelas XI.7. Informan menjadi kpopers selama 4 tahun sejak SMP sampai sekarang. Alasan informan menyukai Korean wave karena pengaruh teman sebayanya dan juga dari media sosial. Awalnya informan tidak tahu sama sekali tentang Korean wave tapi karena temannya yang selalu membahas drama Korea terbaru dan sering merekomendasikannya untuk menonton drama Korea, sehingga membuatnya menjadi suka. Kemudian informan mencari lebih

dalam tentang Cha Eun Woo. Menurutnya Cha Eun Woo sangat berkarismatik dan keren. Informan menyukai gaya rambut dan fashionnya. Informan senang membelanjakan uangnya untuk membeli makanan dari Korea Selatan dan menonton drama Korea.

7. Nida siswa penggemar Korean wave di SMAN 2 Ungaran dari kelas XI.10. Informan menjadi kpopers selama 7 tahun sejak SD sampai sekarang. Alasan informan menyukai Korean wave karena pengaruh teman sebayanya. Informan menyukai Seventeen karena lagunya yang enak untuk didengar dan personilnya yang tampan. Informan senang membelanjakan uangnya untuk membeli merchandise K-Pop. Menurut informan, photocard yang dia beli bisa membuat hatinya senang karena ketika bosan, dia bisa melihat muka idolnya tersebut dan merasa idolnya berada di dekatnya.
8. Athe siswa penggemar Korean wave di SMAN 2 Ungaran dari kelas XI.3. Informan menjadi kpopers selama 4 tahun sejak SMP sampai sekarang. Alasan informan menyukai Korean wave karena pengaruh teman sebaya dan saudaranya. Berawal dari saudara dan teman sebaya nya yang terus menerus memutar lagu K-Pop, informan menjadi tertarik dengan K-Pop. Informan menyukai boygroups EXO karena menurut informan personil EXO memiliki pesona yang kuat ditambah dance yang keren. Informan mengisi waktu luangnya dengan ikut bergabung ke dalam ekskul modern dance.
9. Alan siswa penggemar Korean wave di SMAN 2 Ungaran dari kelas XI.2. Informan menjadi kpopers selama 5 tahun sejak SD sampai sekarang. Informan menyukai K-Pop karena gerakan dance nya yang enerjik serta lirik lagu nya yang sesuai dengan isi hati nya. Idol K-Pop yang informan sukai pertama kali yaitu BTS, namun saat ini informan menggemari girlgroups ITZY. Informan pertama kali menyukai K-Pop karena melihat tayangan cuplikan dance idol di Tiktok dan juga diperkenalkan oleh teman sebayanya. Sehingga informan banyak menghabiskan waktunya bermain media sosial untuk mengetahui perkembangan terkini tentang idolnya serta ikut bergabung ke dalam ekskul modern dance untuk mengasah bakat dance nya.

10. Alda siswa penggemar Korean wave di SMAN 2 Ungaran dari kelas XI.10. Informan menjadi kpopers selama 4 tahun sejak SMP sampai sekarang. Informan menyukai K-Pop karena visualnya yang menarik dan lagunya yang enak di dengar. Informan mengetahui tentang K-Pop karena teman sebayanya yang terus membahas idol K-Pop. Pada awalnya informan tidak tertarik dengan K-Pop karena menurutnya K-Pop biasa saja. Namun informan menjadi tertarik karena melihat musik video dari boygroup NCT. Informan meluang waktunya untuk bermain media sosial dan menonton drama Korea.

## BAB IV

### GAYA HIDUP SISWA PENGGEMAR KOREAN WAVE

#### A. Belanja

##### 1. Makanan

Drama Korea biasanya menampilkan suasana atau kehidupan sehari-hari yang ada di Korea Selatan. Secara tidak langsung, drama Korea memperkenalkan budaya yang ada di Korea Selatan, baik makanan, pakaian, bahasa dan lain sebagainya. Kemudian hal itu berperan dalam mempengaruhi selera para informan karena dapat membentuk image (khayalan) pada konstruk pemikiran mereka. Berdasarkan wawancara dengan Zee bahwa dia gemar membeli jajanan yang berbau dari Korea Selatan karena drama Korea yang sering dia lihat. Hal ini disampaikan Zee melalui wawancara:

“Aku seringnya habisin uangku buat beli jajanan. Engga tau ya kalo budgetnya habis berapa kak, engga ku itungin. Tapi yang jelas aku selalu stock tteokbokki mujigae, wonhae sama ramyeon yang dari Korea. Gara-gara drakor yang aku tonton itu, jadinya aku ikut-ikutan pengen cobain. Kalo liat di drakor tuh kayaknya makanannya pada enak-enak banget. Jadinya sekarang jajananku kebanyakan jajanan kekoreaan. Cocok sih di lidahku, aku jadinya suka.” (Zee, siswi penyuka Korean wave).

Mengacu pada paparan di atas, dikatakan bahwa Zee menyukai makanan dari Korea Selatan akibat menonton drama Korea. Menurutnya makanan yang ditampilkan melalui drama Korea terlihat menggugah selera. Sehingga dia ingin mencoba makanan dari Korea Selatan. Makanan yang selalu ia beli yaitu tteokbokki dari Mujigae, wonhae, dan ramyeon dari Korea Selatan. Sejalan dengan Nida yang pernah mencoba tteokbokki karena penasaran dengan rasanya. Hal ini disampaikan Nida melalui wawancara:

“Suka beli kak tapi engga sering. Aku pernah coba tteokbokki yang dijual pinggir jalan itu loh, ya rasanya engga mirip yang di Korea tapi lumayan lah bisa ngurangin rasa penasaran.” (Nida, siswi penyuka Korean wave)

Berdasarkan pada paparan di atas, dikatakan bahwa Nida jarang membeli makanan dari Korea Selatan. Dia mencoba tteokbokki untuk menghilangkan rasa penasarannya. Selanjutnya, Fairuz yang tertarik mencoba makanan dari Korea Selatan akibat drama Korea yang ia tonton. Dia melihat makanan dari Korea Selatan terlihat menggugah selera.

“Belom pernah cobain makanan dari Korea sih kak tapi jadi pengen gitu. Pas adegan pemainnya di drakor lagi makan apa gitu, aku jadi kepengen banget. Pernah nyobainnya paling mie dari Korea aja, enak sih menurutku.” (Fairuz, siswa penyuka Korean wave).

Mengacu pada paparan di atas, dikatakan bahwa Fairuz tertarik ingin mencoba makanan dari Korea Selatan akibat drama Korea yang ia tonton. Menurutnya mie instan dari Korea Selatan terasa enak. Kemudian, Isa menyukai makanan dari Korea Selatan. Dia menyukai kimbab dan tteokbokki karena rasanya yang unik. Hal ini disampaikan Isa melalui wawancara:

“Aku suka makanan Korea kak. Paling suka tteokbokki sama kimbab. Rasanya kurang familiar di lidahku tapi enak kok. Lebih seringnya beli tteokbokki yang instan sih” (Isa, siswi penyuka Korean wave).

Berdasarkan pada paparan di atas, dikatakan bahwa Isa menyukai kimbab dan tteokbokki. Menurutnya rasanya kurang familiar di lidahnya tetapi enak serta Ia sering membelinya dalam bentuk kemasan instan. Sejalan dengan Fatika yang menyukai makanan dari Korea Selatan. Dia mencoba makan mie Shin Ramyun karena melihat para idol K-Pop yang suka makan mie tersebut. Hal ini disampaikan Fatika melalui wawancara:

“Suka sih aku kak. Mie Shin Ramyun itu enak banget menurutku. Aku cobain karena sering lihat idol K-Pop pada makan itu lewat di beranda tiktok ku, jadinya aku ikutan dan selalu beli mie itu.” (Fatika, siswi penyuka Korean wave).

Mengacu pada paparan di atas, dikatakan bahwa Fatika menyukai makanan dari Korea Selatan. Menurutnya mie Shin Ramyun enak, alasan dia mencoba mie

tersebut karena dia sering melihat para idol K-Pop di tiktok dan selalu membeli mie tersebut.

Sehingga berdasar dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa para informan menyukai makanan dari Korea Selatan karena melihat tayangan drama Korea. Kemudahan dalam mengakses informasi terkait K-Pop menyebabkan terjadinya persebaran budaya dan gaya hidup. Kesenangan melalui aktivitas dari mengakses K-Pop, mereka memiliki pandangan bahwa Korean wave merupakan hal yang keren, modern, dan kekinian. Walaupun hobi tersebut pada mulanya dijadikan sebagai hiburan namun seiring berjalannya waktu, hobi tersebut menyebabkan adanya pengeluaran individu.

Mudahnya mendapatkan produk makanan dari Korea Selatan karena adanya ekspansi produksi komoditas kapitalis yang memunculkan akumulasi besar-besaran budaya dalam bentuk barang-barang konsumen, tempat belanja, dan konsumsi (Featherstone, 2001). Media sosial lebih cepat menyebarkan budaya. Segala informasi dapat mudah ditemukan melalui media sosial. Segala informasi dapat mudah ditemukan melalui media sosial. Korean wave sebagai komoditas dari sebuah proses pemanfaatan produk-produk kebudayaan Korea baik secara lokal maupun internasional. Hal ini mengakibatkan tumbuhnya kepentingan aktivitas bersenang-senang. Pencarian waktu bersenang-senang, seni, dan budaya secara umum tersaring melalui industri budaya, nilai budaya bergeser dan disebarkan secara luas (Featherstone, 2001). Munculnya aplikasi seperti youtube, twitter, instagram, dan tiktok dapat menyebarkan serta mereduksi konten budaya pop Korea Selatan.

Periklanan secara khusus mampu mengeksploitasi dan memberikan image-image percintaan, eksotika, nafsu, kecantikan, pemenuhan kebutuhan, komunalitas, kemajuan ilmiah serta kehidupan yang baik untuk menyebarkan benda-benda konsumen seperti sabun, mesin cuci, mobil, dan lain sebagainya (Feathestone, 2001). Penyebaran konsumsi melalui Korean wave berasal dari media sosial serta periklanan. Iklan produk yang dipasarkan di Indonesia menampilkan idol K-Pop yang mampu menarik minat konsumen. Iklan mampu menyebarkan konsumsi

massa dalam budaya konsumen. Cepatnya laju perkembangan budaya pop Korea yang didukung oleh media iklan yang mana kemudian menyampaikan sebuah pesan dan menjadi tren baru di kalangan masyarakat. Secara langsung efek terhadap perilaku konsumen yang diberikan secara berangsur-angsur dapat mempengaruhi nilai suatu budaya (Valenciana, 2022). Konsumsi dalam budaya konsumen dilihat dari pola aktivitas seseorang dalam waktu luang. Segala informasi tentang Korean wave dapat mudah diakses dan dilihat kapan pun dan dimana pun.

Para informan mengonsumsi Korean wave melalui manipulasi sinyal dari media sosial idol K-Pop yang mereka ikuti serta tayangan K-Pop yang terus menerus. Konsumsi yang dilakukan oleh informan karena terdapat beberapa faktor yaitu adanya minat yang berasal dari dirinya sendiri, pengaruh teman sebaya, kualitas musik dan video klip memiliki kualitas yang baik, lirik yang berkaitan dengan remaja. Waktu yang dihabiskan oleh semua informan dalam bermain media sosial rata-rata lebih dari 3 jam. Korean wave melalui media sosial mampu membuat para informan secara terus menerus mengonsumsinya dan mampu menghapuskan perbedaan antara image dan realitas. Hal tersebut sesuai pernyataan Lutfianto (2017) bahwa gaya hidup muncul dari sebuah pola konsumsi yang kemudian merefleksikan pilihan seseorang bagaimana mereka menghabiskan uang dan waktu mereka. Para informan yang sering menghabiskan waktunya untuk melihat tayangan K-Pop memunculkan keinginan dalam membeli produk Korean wave yaitu membeli makanan dari Korea Selatan antara lain tteokbokki dari mujagae, mie Shin Ramyun, wonhae dan lain sebagainya.

## **2. Fashion**

Industri fashion ala K-Pop yang berkembang luas di seluruh dunia berpengaruh pada perkembangan fashion bagi penggemarnya. Gaya pakaian idol K-Pop dianggap style kekinian bagi remaja. Berdasarkan hasil penelitian, informan yang menyukai Korean wave juga termasuk bagian dari ekstrakurikuler modern dance. Informan yang ikut sebagai anggota ekstrakurikuler modern dance menjadikan pakaian idol K-Pop untuk referensi fashion dan juga dancenya. Pemilihan gaya pakaian idol K-Pop

berdasar dari tema dance yang diangkat dan diambil dari girlsgroup K-Pop. Informan membeli pakaian tersebut sebagai salah satu upaya mengekspresikan diri sesuai Korean wave yang mereka pahami, sebagaimana terlihat dalam gambar 5.

**Gambar 5. Referensi Pakaian ala Idol K-Pop**



*Sumber: Internet dan [instagram.com/rylbooms](https://www.instagram.com/rylbooms)*

Dokumen di atas menunjukkan sebagian informan yang menyukai Korean wave juga merupakan anggota ekstrakurikuler modern dance. Pada kegiatan Festival Olahraga Rekreasi Daerah (FORDA) tingkat Jawa Tengah tahun 2023 tersebut, mereka tampil dengan menggunakan referensi pakaian dari girlsgroup New Jeans dengan tema putih dan biru. Kemudian digabungkan dengan tambahan aksesoris agar lebih menarik. Mereka membeli pakaian sebagaimana hasil wawancara dengan Zee:

“Biasanya baju kita tuh temanya ambil dari idol K-Pop. Misalnya kita ambil dari dance nya New jeans gitu kak kan itu nuansanya biru sama putih, jadinya pakaian kita warna biru sama putih. Kalo aku engga ada budget khusus sih. Paling ngeluarin budget kira-kira Rp 150.000 an lah buat beli baju. Tergantung tema dance nya, kalo dance yang udah pernah ditampilin, aku engga beli baju baru lagi.” (Zee, penyuka Korean wave).

Mengacu pada paparan di atas, dikatakan bahwa Zee tidak memiliki budget khusus untuk membeli pakaian. Dia mengeluarkan biaya kurang lebih Rp 150.000 untuk membeli baju jika tema dance yang dipilih baru. Sejarar dengan Meec yang tidak memiliki budget khusus untuk membeli pakaian, hal itu disampaikan oleh Meec:

“Engga ada budget khusus. Buat beli baju baru kalo emang bajunya beneran engga ada yang sesuai sama tema dancenya. Perkiraan beli baju engga sampai Rp 200.000.” (Meec, penyuka Korean wave).

Berdasarkan pada paparan di atas, dikatakan bahwa Meec tidak memiliki biaya khusus untuk membeli pakaian. Dia akan membeli pakaian jika tidak ada pakaian yang sesuai dengan tema dance nya. Biaya yang dikeluarkan Meec untuk membeli pakaian kurang dari Rp 200.000. Selanjutnya Alya yang memiliki biaya khusus untuk membeli pakaian, hal ini disampaikan oleh Alya melalui wawancara berikut ini:

“ada budget khusus buat beli sekitar Rp 200.000 untuk keperluan dance. untuk budget makeup engga ada kak karena kadang kita barengan makeupnya. Tapi yang jelas kalo baju, aku sendiri kadang harus beli buat nentuin tema yang sesuai sama dancenya.”  
(Alya, penyuka Korean wave).

Mengacu pada paparan di atas, Alya mengeluarkan biaya sebesar Rp 200.000 untuk membeli pakaian sesuai dengan tema yang ditentukan. Dia tidak ada biaya khusus makeup karena makeup yang digunakan bersama dengan anggota dance yang lain.

Sehingga berdasar dari semua pernyataan para informan diperoleh kesimpulan bahwa mereka membeli pakaian untuk menunjang penampilan mereka sesuai dengan tema dari girlsgroup K-Pop yang dipilih. Kebutuhan (prioritas) mereka untuk membeli pakaian sebagai bentuk alat untuk mengekspresikan dirinya sebagai penyuka Korean wave. Dalam budaya konsumen, identitas menjadi suatu sandaran aksesoris fashion. Pada hasil penelitian ini, idol K-Pop membantu dalam pembentukan identitas diri para informan melalui fashion (Chaney, 2011). Identitas yang terbentuk pada remaja karena terinspirasi dari selebriti (*celebrity inspired identity*) yaitu cara mereka berselancar di internet, cara mereka berganti busana untuk jalan-jalan (Chaney, 2011). Gaya hidup pada budaya konsumen tidak terikat pada suatu aturan, yang mana semua orang bebas mengadopsi gaya dari mana pun. Kemudian termanifestasikan dalam pilihan busana dan benda-benda konsumen termasuk Korean wave (Featherstone, 2001).

### **3. Merchandise K-Pop**

Siswa yang menggemari Korean wave membeli merchandise K-Pop sebagai bentuk wujud munculnya perilaku konsumsi akibat dari fenomena Korean wave. Terlebih aksesnya yang mudah untuk membeli merchandise K-Pop di berbagai *platform online shop*. Mereka membeli merchandise K-Pop dengan cara menyisihkan uang jajannya setiap bulan, namun ada juga siswa yang diberikan jatah oleh orang

tuanya untuk membeli merchandise tersebut. Nida membeli merchandise K-Pop agar dirinya merasa lebih bahagia. Hal itu disampaikan oleh Nida melalui wawancara:

“Aku beli merchandise tuh album sama photocard kak total Rp 300.000 atau lebih mungkin kak, aku engga pernah ngitungin soalnya. Aku beli album sama photocard biar aku ngerasa *happy* aja sama biar aku bisa mandangin bias ku kapan aja.” (Nida, siswi penyuka Korean wave).

Berdasarkan pada paparan di atas, dikatakan bahwa Nida membeli merchandise K-Pop berupa album dan photocard dengan total kurang lebih seharga Rp 300.000. Nida membeli merchandise K-Pop tersebut agar dirinya merasa lebih senang karena dapat melihat biasanya kapan saja. Lalu berikutnya Isa, hal itu disampaikan oleh Isa melalui wawancara:

“Aku suka beli album sama photocard itu caraku buat ngedukung para bias ku kak karena mereka udah matian kerja keras biar bisa jadi idol. Selain itu juga aku beli album buat nunjukkin rasa sayangku ke bias ku. Mungkin total aku beli semua album dan photocard sampe Rp 1.000.000 atau lebih sih kak.” (Isa, siswi penyuka Korean Wave)

Mengacu pada paparan di atas, dikatakan bahwa Isa membeli merchandise K-Pop berupa album dan photocard sebagai bentuk dukungannya kepada para idolnya yang sudah bekerja keras agar bisa menjadi idol serta menunjukkan rasa sukanya pada idol tersebut. Total pengeluaran Isa membeli semua merchandise K-Pop yang dia punya kurang lebih yaitu Rp 1.000.000. Selanjutnya Fatika, hal ini disampaikan oleh Fatika melalui wawancara:

“Biasa aku belinya photocard soalnya lucu muka bias ku. Walaupun aku engga bisa lihat langsung bias ku, aku bisa lihat dia lewat photocard. Aku beli photocard juga tanda aku sayang sama bias ku, kak. Kira-kira biaya yang aku keluarin semua buat photocard ku kurang dari Rp 100.000.” (Fatika, siswi penyuka Korean Wave).

Berdasarkan pada paparan di atas, dikatakan bahwa Fatika membeli merchandise K-Pop yaitu photocard karena dia ingin dapat melihat biasanya secara terus menerus melalui photocard yang dibelinya serta menunjukkan rasa

sayangnya pada biasanya tersebut. Total pengeluaran yang dia beli untuk merchandise K-Pop kurang dari Rp 100.000.

Adapun bentuk merchandise yang dibeli Isa, Fatika, dan Nida berupa barang yang terlihat di gambar 6. Gambar 6A adalah koleksi milik Isa, yang dibeli di online shop dengan total yang dikeluarkan Rp 1.000.000 berupa koleksi album dan photocard official seventeen. Gambar 6B adalah koleksi milik Nida yang dibeli melalui online shop dengan total pengeluaran Rp 300.000 yaitu berupa photocard dari berbagai idol. Kemudian yang terakhir gambar 6C adalah koleksi milik Fatika yang dibeli melalui online shop dengan total pengeluaran kurang dari Rp 100.000 yaitu photocard.

### **Gambar 6. Merchandise K-Pop Milik Informan**

#### 6.A. Koleksi merchandise K-Pop milik Isa



#### 6.B. Koleksi Merchandise K-Pop milik Nida



#### 6.C. Koleksi merchandise K-Pop milik Fatika



*Sumber: dokumen pribadi informan*

Dokumen di atas menunjukkan bahwa salah satu gaya hidup siswa yang menyukai Korean wave adalah membeli merchandise K-Pop berupa album dan photocard. Penggemar membutuhkan identitas yang menunjukkan rasa cinta atau kekaguman atas idolanya, sehingga membeli merchandise K-Pop untuk menunjukkan hal yang disukainya (Sudrajat, 2022). Citra diri tentang bagaimana mereka memandang diri sebagai penggemar juga menciptakan identitas penggemar yang menurut mereka sebagai kewajiban untuk mengkonsumsi pernak pernik K-Pop (Veronica, Paramita, & Utami, 2019). Pada budaya konsumen benda lebih dilihat pada nilai tanda atau nilai manfaat semu dibanding dengan nilai manfaat benda.

Sehingga komoditas bebas mengambil berbagai macam asosiasi dan ilusi budaya. Konsumsi membutuhkan manipulasi sinyal-sinyal secara aktif. Melalui manipulasi sinyal dalam media dan periklanan, misalnya, otonomi pemberi arti (*signifier*) mengartikan bahwa sinyal mampu mengalir bebas dari objek dan tersedia untuk digunakan dalam suatu keragaman hubungan asosiatif (Featherstone, 2001). Penekanan itu berubah dari produksi menjadi reproduksi, untuk reduplikasi sinyal, image, dan simulasi yang berjalan terus menerus melalui media yang menghapuskan perbedaan antara image dan realitas (Featherstone, 2001).

Merchandise K-Pop merupakan salah satu bagian dari hasil industri K-Pop yang sengaja diproduksi untuk memenuhi keinginan para penggemarnya. Merchandise disebut juga dengan pernak-pernik yang berhubungan dengan K-Pop. Kepemilikan atau aktivitas yang berkaitan dengan idola dipahami sebagai bagian dari kesetiaan dari idola. Mereka membeli merchandise K-Pop karena bentuknya lucu, produk dikemas dengan bahan yang berkualitas baik serta ingin mendukung idol favorit nya untuk terus berkarya. Adanya tayangan melalui media dan periklanan untuk reduplikasi sinyal, image, dan simulasi yang berjalan terus menerus melalui media yang menghapuskan perbedaan antara image dan realitas memunculkan keinginan konsumtif bagi para informan untuk membeli merchandise K-Pop (Featherstone, 2001). Pembelian merchandise K-Pop juga dianggap sebagai nilai tanda atau nilai manfaat semu dibanding dengan nilai manfaat benda karena di

dalamnya terdapat keterikatan hubungan tidak nyata antara para informan dan idol K-Pop favoritnya (Featherstone, 2001).

## **B. Waktu Luang (*Lazzering Time*)**

### **1. Drama Korea**

Para informan memilih drama korea sebagai hiburan dan ketertarikan mereka. Drama Korea yaitu drama yang menceritakan tentang suatu kehidupan di masyarakat Korea baik fiksi maupun non fiksi. Drama Korea termasuk tontonan populer di Indonesia. Penonton drama Korea berasal dari berbagai kalangan termasuk remaja. Dari semua informan, mereka gemar menonton drama Korea baik yang sedang viral maupun drama yang hanya dimainkan oleh idol kesukaannya. Berdasarkan wawancara dengan Athe bahwa dia menonton drama Korea yang hanya diperankan oleh idol kesukaannya. Sebagai penggemar, dia memberikan dukungan dengan cara menonton drama yang diperankan oleh idol kesukaannya. Biasanya dia menonton drama Korea melalui website karena lebih lengkap dan gratis. Hal ini disampaikan oleh Athe melalui wawancara:

“Iya aku suka download drakor kak. Biasanya aku download drakor yang idol aku main aja. Kadang juga download yang menurut aku seru aja. Tapi lebih seringnya download drakor yang diperanin bias aku sih. Disitu ada biasku, aku bakal dukung selalu.” (Athe, siswi penyuka Korean Wave).

Berdasarkan pada paparan di atas, dikatakan bahwa Athe gemar mengunduh drama Korea yang hanya dimainkan oleh idol kesukaannya. Serta mendukung selalu idol kesukaannya. Sejalan dengan Fairuz melalui wawancara bahwa dia gemar menonton drama Korea yang sedang viral. Namun dia juga menonton drama yang diperankan oleh idol kesukaannya. Dia dapat menghabiskan waktu sekitar 5 jam sehari atau 4 episode dalam sehari untuk menonton drama Korea di waktu luang. Dia menonton drama Korea yang menurutnya menarik dan biasanya mengunduh melalui website. Hal ini disampaikan oleh Fairuz melalui wawancara:

“Akhir-akhir ini yang lagi aku tonton itu A good day to be a dog yang main chaeunwoo soalnya, bias ku. Biasanya aku download lewat web sih kak kadang juga lewat telegram. Kalo

waktunya luang bisa 5 jam sehari atau engga 4 episode sehari. Harus sekali jalan kalo nonton drakor biar ga penasaran sama jalan ceritanya.” (Fairuz, siswa penyuka Korean Wave)

Mengacu pada paparan di atas, dikatakan bahwa Fairuz sedang menonton drama Korea yang berjudul *A good day to be a dog* yang diperankan oleh idol kesukaannya yaitu Cha Eun Woo. Dia mengunduh drama Korea tersebut melalui web atau telegram. Serta dia menghabiskan waktu 5 jam atau 4 episode dalam sehari untuk menonton drama Korea di waktu luang agar tidak penasaran dengan jalan cerita drama Korea yang ditonton. Lalu berdasarkan wawancara dengan Alan bahwa dia gemar mengikuti update an tentang drama Korea yang akan tayang melalui instagram. Dia juga lebih sering menonton drama Korea yang sedang viral karena idol favoritnya tidak bermain film. Sehingga dia memberikan dukungan idolnya dengan menonton variety show idolnya di youtube. Hal ini disampaikan oleh Alan melalui wawancara:

“Suka nonton drama Korea yang lagi viral atau dari fyp tiktok aja gitu. Bias ku engga main di film atau drama kak soalnya jadi aku lebih seringnya nonton variety shownya di youtube. Selalu kutungguin episode barunya tiap minggu.” (Alan, siswi penyuka Korean Wave)

Berdasarkan pada paparan di atas, dikatakan bahwa Alan gemar menonton drama Korea yang sedang *viral* atau *fyp* di tiktok karena idol kesukaannya tidak bermain drama atau film. Sehingga dia lebih sering menonton *variety show* idolnya di youtube dan update setiap minggu. Dapat disimpulkan berdasar dari wawancara dengan Athe, Fairuz, dan Alan bahwa mereka gemar menonton drama Korea yang sedang viral maupun diperankan oleh idol kesukaannya. Mereka mengunduh drama Korea melalui website dan telegram. Serta mereka mengetahui update drama Korea dari media sosial.

Sejumlah drama Korea dapat diakses terbuka melalui website yang menyediakan layanan untuk menonton atau mengunduh drama yang diinginkan. Drama Korea yang tidak tayang di televisi dapat dilihat dan diunduh melalui website antara lain drakorindo.co.id, inidramaku.net, dramaencode.com, dan lain sebagainya. Akses terhadap drama korea biasanya dapat diunduh dan ditonton

sehari setelah drama tersebut tayang di televisi Korea. Dilengkapi dengan subtitle berbagai bahasa, dengan ini akan memudahkan penonton di luar Korea dalam memahami jalan cerita sesuai bahasa yang diinginkannya. Drama-drama di website lebih banyak dan lebih lengkap daripada drama Korea yang tayang di televisi. Drama yang disediakan di website juga merupakan *up to date* dan *on going*.

Drama Korea biasanya dibintangi oleh aktor dan aktris Korea ternama mampu menarik dan memikat para penontonnya. Selain memiliki paras yang menawan, kemampuan acting yang diakui dan mumpuni dipandang mampu menjadikan drama Korea menjadi salah satu bagian penting dalam perkembangan industri Korea. Drama Korea yang banyak diminati oleh berbagai kalangan karena memiliki alur yang tidak dapat diperkirakan, dan tidak jarang mengandung kejutan setelahnya. Drama Korea tidak menampilkan waktu tayang yang lama. Kalangan remaja lebih menyukai alur drama percintaan yang ringan.

Fokus perhatiannya adalah perhatian pada cara-cara berbeda setiap individu dalam menggunakan atau mengonsumsi benda-benda (Featherstone, 2001). Dalam konteks selera, modal pengetahuan atau budaya yang mendorong kelompok-kelompok atau kategori masyarakat tertentu untuk memahami serta mengklasifikasikan benda-benda baru secara tepat serta memahami cara menggunakan benda itu menjadi hal penting. Berbagai cara menggunakan benda untuk melihat berbagai perbedaan sosial serta dipakai sebagai komunikatif. Kesenangan individu terhadap benda hanya sebagian berhubungan dengan konsumsi fisik benda itu, dan sangat jelas berkaitan dengan manfaat benda itu sebagai pemberi ciri. Dalam pengertian ini konsumsi benda budaya tinggi (seni, novel, opera, filsafat) harus dihubungkan dengan cara di mana benda lain seperti pakaian, makanan, minuman, pencarian kesenangan digunakan dan dikonsumsi, serta budaya tinggi harus digambarkan dalam lingkup sosial yang sama sebagaimana konsumsi budaya sehari-hari (Featherstone, 2001).

Penentuan fase, lama waktu dan intensitas yang ditanamkan untuk menguasai penggunaan informasi, benda-benda, layanan dalam melakukan

kegiatan sehari-hari, percakapan, pemeliharaan merupakan suatu kriteria kelas sosial yang bermanfaat. Pemakaian kita atas waktu untuk praktik-praktik konsumsi menegaskan kebiasaan kita. Selera selalu mengklasifikasikan orang yang bersangkutan. Pilihan konsumsi dan gaya hidup melibatkan keputusan pembeda pada saat yang sama, mengidentifikasi dan mengklasifikasikan pilihan selera kita menurut orang lain (Featherstone, 2001). Pada teori yang kedua ini lebih berfokus pada pilihan individu untuk memilih kepuasan pribadi. Gaya hidup merupakan pilihan pribadi. Dalam hal ini para informan mengonsumsi drama Korea membentuk kebutuhan palsu hanya untuk kesenangan pribadi. Melalui aktivitas menonton drama Korea ini bisa memberi dampak rasa senang dan puas hati ketika para informan menunggu episode baru dari variety show, dan menamatkan drama Korea dalam sehari. Disisi lain, para informan juga melakukan aktivitas tersebut untuk melihat idolnya dalam berkarya sekaligus memberikan dukungan serta perasaan dekat dengan idolnya. Industri dalam budaya konsumen telah membentuk selera yang cenderung massa, sehingga mencetak kesadaran-kesadaran konsumen dengan cara menanamkan keinginan mereka atas kebutuhan palsu (Ramadhan & Supsilani, 2021). Dalam hal ini para informan mengonsumsi drama Korea membentuk kebutuhan palsu hanya untuk kesenangan pribadi.

## **2. Musik Korea (K-Pop)**

Para informan tidak hanya mengunduh drama Korea melainkan juga mendengarkan musik Korea (K-Pop). Mendengarkan lagu Korea (K-Pop) merupakan salah satu gaya hidup siswa yang menyukai Korean wave. Produk Korean wave yang perkembangannya sangat pesat di Indonesia selain K-drama yaitu K-Pop. Musik asal Korea Selatan banyak diminati oleh remaja karena lagunya yang lebih dominan khas anak muda. K-Pop banyak menghadirkan boygroup dan girlgroup yang memukau bagi para penggemarnya. Para informan gemar mengunduh lagu Korea dari idol favoritnya. Mereka selalu update dalam perkembangan lagu baru yang akan muncul. Kemunculan update lagu baru idol K-Pop biasanya melalui akun youtube resmi idol. Mereka akan segera *streaming* lagu Korea yang baru setelah muncul di youtube melalui spotify, joox, dan lain

sebagainya. Para Informan mengunduh lagu baru dari idol K-Pop sebagai bentuk dukungannya terhadap idol kesukaannya. Mereka mengunduh lagu Korea agar bisa didengarkan secara berulang kali.

“Kalau mau ada lagu baru muncul, biasanya idolnya update di akun instagram dulu kapan gitu rilisnya. Nah nanti bakalan muncul music videonya di youtube baru setelah itu aku download lagunya atau engga dengerin langsung di spotify.” (Meec, siswa penyuka Korean wave).

Berdasarkan pada paparan di atas, dikatakan bahwa Meec mengetahui info lagu baru idolnya yang akan rilis melalui akun instagram dari idolnya. Kemudian disusul dengan music video di akun youtube resmi idol serta dia akan mengunduh atau hanya mendengarkan lagu secara streaming langsung melalui spotify. Sejalan dengan Alda, hal itu disampaikan oleh Alda:

“...lebih seringnya streaming online tapi kadang download juga lagu baru dari seventeen. Biasanya di youtube.” (Alda, siswi penyuka Korean wave).

Mengacu pada paparan di atas bahwa Alda lebih sering mendengarkan K-Pop melalui streaming online lagu baru dari Seventeen di youtube. Selanjutnya Fatika yang hampir setiap hari streaming online untuk mendengarkan lagu dari idol favoritnya. Hal itu disampaikan oleh Fatika:

“Aku biasanya streaming online di youtube kak kalo buat dengerin K-Pop. Hampir setiap hari sih. Lagu yang sering ku ulang itu lagunya enhypen.” (Fatika, penyuka Korean wave)

Mengacu pada paparan di atas, dikatakan bahwa Fatika mendengarkan K-Pop hampir setiap hari melalui youtube secara streaming online. Lagu yang sering didengarkan oleh Fatika yaitu lagu dari enhypen. Para informan memilih lagu yang mereka suka sesuai dengan idol favorit mereka. Akses yang mudah membuat para informan merasa lebih puas tanpa adanya hambatan apapun. Mereka dapat dengan mudah mengunduh dan mendengarkan K-Pop hanya dengan streaming atau melalui aplikasi yang sudah banyak tersedia lagu Korea secara update seperti spotify dan youtube.

Sehingga berdasar dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa para informan memilih untuk mendengarkan K-Pop sebagai pilihan hiburan untuk kepuasan pribadi. Dalam konteks selera, modal pengetahuan atau budaya yang mendorong kelompok-kelompok atau kategori masyarakat tertentu untuk memahami serta mengklasifikasikan benda-benda baru secara tepat serta memahami cara menggunakan benda itu menjadi hal penting. Berbagai cara menggunakan benda untuk melihat berbagai perbedaan sosial serta dipakai sebagai komunikatif. Kesenangan individu terhadap benda hanya sebagian berhubungan dengan konsumsi fisik benda itu, dan sangat jelas berkait dengan manfaat benda itu sebagai pemberi ciri. Dalam pengertian ini konsumsi benda budaya tinggi (seni, novel, opera, filsafat) harus dihubungkan dengan cara di mana benda lain seperti pakaian, makanan, minuman, pencarian kesenangan digunakan dan dikonsumsi, serta budaya tinggi harus digambarkan dalam lingkup sosial yang sama sebagaimana konsumsi budaya sehari-hari (Featherstone, 2001).

Melalui aktivitas mendengarkan K-Pop ini bisa memberi dampak rasa senang dan puas hati ketika para informan setiap hari serta menunggu lagu baru dari idol favoritnya. Disisi lain, para informan juga melakukan aktivitas tersebut untuk melihat idolnya dalam berkarya sekaligus memberikan dukungan serta perasaan dekat dengan idolnya. Industri dalam budaya konsumen telah membentuk selera yang cenderung massa, sehingga mencetak kesadaran-kesadaran konsumen dengan cara menanamkan keinginan mereka atas kebutuhan palsu (Ramadhan & Supsilani, 2021). Dalam hal ini para informan mengonsumsi lagu Korea (K-Pop) membentuk kebutuhan palsu hanya untuk kesenangan pribadi.

## BAB V

### DAMPAK KOREAN WAVE TERHADAP PERILAKU SISWA

#### A. Dampak Individual

##### 1. Motivasi Diri

Kata motivasi berasal dari kata motif yang berarti kekuatan batin yang mendorong individu untuk mengambil tindakan. Motivasi yang muncul karena adanya hubungan semu akibat kebiasaan konsumsi Korean Wave secara berulang dilakukan oleh para informan yang mana berdampak pada perilakunya yaitu membantu lebih semangat dalam belajar, mempelajari bahasa Korea, dan menumbuhkan rasa percaya diri. Idol favorit mereka sebagai faktor utama untuk mendorong mereka tetap semangat belajar dan menghilangkan stress. Hal itu disampaikan oleh Isa:

“Setelah kenal K-Pop aku jadi semakin semangat belajar karena biasku. Aku hampir setiap hari dengerin K-Pop biar engga stress juga. Bener-bener bikin hidupku jadi berwarna.” (Isa, siswi penyuka Korean Wave).

Mengacu pada paparan di atas, dikatakan bahwa Isa setelah mengenal K-Pop semakin semangat dalam belajar karena biasanya. Setiap hari dia mendengarkan K-Pop supaya tidak stress serta K-Pop membuat hidupnya menjadi berwarna. Sejalan dengan Alan, hal itu disampaikan oleh Alan:

“Jake dari Enhypen, aku suka dia ya karena dia itu pintar, lulusan terbaik di sekolahnya. Dia juga yang buat aku jadi suka sama yang namanya fisika dan matematika. Karena dia, aku jadi semangat belajar terus biar pintar kayak biasku.” (Alan, siswi penyuka Korean Wave).

Berdasarkan pada paparan di atas, dikatakan bahwa Alan menyukai Jake dari Enhypen karena pintar dan lulusan terbaik di sekolahnya. Menurut informan idolnya membuat dia menjadi suka fisika dan matematika. Sehingga dia menjadi semangat belajar agar pintar seperti idolnya. Selanjutnya, Korean wave membantu Fairuz menjadi lebih percaya diri. Hal itu disampaikan oleh Fairuz:

“Aku jadi ngerasa percaya diri sih kak. Soalnya setiap liat biasku kayak berasa ngaca aja gitu. Aku suka Cha Eun Woo karena kedisiplinan yang dia punya. Dia keren soalnya bisa bagi waktu

antara jadwal idol yang padat sama akademisnya. Dia acting oke, prestasi akademik juga oke. Jadi aku ikut terdorong untuk bisa mengelola waktu dengan sebaiknya. Dia bisa berarti aku juga harus bisa.” (Fairuz, siswa penyuka Korean Wave).

Berdasarkan pada paparan di atas, dikatakan bahwa Fairuz menjadi lebih percaya diri serta menyukai Cha Eun Woo karena kedisiplinan yang dimilikinya. Menurut informan idolnya keren karena dapat membagi waktu antara jadwal idol yang padat dengan akademisnya. Disamping kemampuan beraktingnya yang bagus, idolnya juga memiliki prestasi akademik yang bagus. Sehingga dia ikut terdorong untuk bisa mengelola waktu dengan sebaiknya. Selanjutnya Alya yang termotivasi belajar bahasa Korea karena gemar mendengar K-Pop dan drama Korea. Hal itu disampaikan oleh Alya:

“Jadi bisa bahasa Korea dikit karena drakor sama K-Pop. Masih basic sih tahunya, kadang kalo pengen nyanyi masih liat liriknya. Tapi ya karena itu, aku jadi mau belajar bahasa Korea pelan-pelan lewat lirik lagu lebih seringnya. Kalo drakor kan udah ada subtitle indonesianya jadi engga harus susah nyari tahu dulu tulisannya.” (Alya, siswi penyuka Korean Wave).

Berdasarkan paparan di atas, dikatakan bahwa Alya menjadi bisa bahasa Korea melalui drama Korea dan K-Pop. Menurut informan melalui lirik lagu dari K-Pop dia menjadi ingin mempelajari bahasa Korea karena terkadang dia harus membaca liriknya terlebih dahulu. Sedangkan dia tidak perlu repot mencari liriknya jika menonton drama Korea karena sudah tersedia subtitle bahasa Indonesia.

Selebriti dipandang sebagai seseorang yang terkenal, dikenalkan oleh media. Selebriti dapat menjadi motivasi bagi para penggemar. Bentuk tubuh idol K-Pop yang menawan dan indah yang terlihat di media sosial menjadi perhatian bagi penggemar. Menjalani gaya hidup sehat memfokuskan semua tindakan, niat, dan sudut pandang pada kesehatan dan kesejahteraan individu (Agustina, 2020). Idol K-Pop dikenal memiliki pola hidup yang sehat karena tuntutan pekerjaannya. Idol K-Pop melakukan diet, olahraga rutin serta perawatan kulit agar bentuk tubuh dan wajahnya tetap terjaga serta memiliki stamina yang fit. Tidak jarang ada beberapa idol yang melakukan diet ekstrim serta olahraga untuk menjaga bentuk tubuhnya agar selalu menarik. Berdasarkan wawancara dengan Meec bahwa dia rajin melakukan olahraga pilates ala wonyoung- IVE. Hal ini disampaikan oleh Meec:

“Liat di tiktok pas itu fyp ku rame sama pilates ala wonyoung IVE terus yaudah aku nyobain pilates biasanya seminggu dua kali atau sesempatnya aja. Pengen aja sih ngelakuin itu biar sehat kek wonyoung. Terus aku ngerasa jadi lebih percaya diri.” (Meec, siswa penyuka Korean Wave)

Mengacu pada paparan di atas, dikatakan bahwa Meec mengikuti pilates ala wonyoung- IVE dikarenakan ingin memiliki gaya hidup sehat seperti idolnya. Dia mengetahui olahraga tersebut melalui tiktok dan melakukan pilates dua kali dalam seminggu serta dia menjadi lebih percaya diri. Kemudian Zee juga termotivasi untuk menjalani gaya hidup sehat seperti idol K-Pop karena ingin memiliki tubuh yang ideal seperti idolnya tersebut. Gaya hidup sehat yang dia ikuti saat ini dengan melakukan dance. Hal itu disampaikan oleh Zee:

“Pernah nyobain gaya hidup sehatnya ala idol itu rajin makan buah sama sayur terus olahraga. Nah, karena aku ga kuat sama dietnya jadinya aku ngikutin olahraganya aja lewat dance. Makanya aku ikut dance karena itu, terus juga biar bisa rasain kayak apa yang idol aku lakuin.” (Zee, siswi penyuka Korean Wave)

Berdasarkan wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa Korean wave mampu membuat motivasi yang kuat pada diri siswa yang menyukai Korean wave. Industri Korean wave telah membentuk selera yang cenderung massa, sehingga mencetak kesadaran para remaja dengan cara menanamkan keinginan mereka atas kebutuhan palsu. Pada budaya konsumen, banyaknya informasi yang diberikan oleh media saat ini mengkonotasikan kita dengan arus imaje dan simulasi yang mempesona tanpa akhir. Simulasi dalam hiperialitas ini yang nyata dan maya menjadi kabur, sehingga memunculkan peniruan serta kesenangan estetis yang tidak terbatas (Featherstone, 2001).

Penyebaran Korean wave melalui media sosial menimbulkan nilai rasa diri pada remaja mengikuti arus imaje dan simulasi yang mempesona tanpa akhir. Korean wave mampu membuat hubungan semu atau hiperialitas antara idol K-Pop dengan para remaja. Tayangan-tayangan yang ditampilkan melalui media sosial menghilangkan hubungan antara yang nyata dengan maya (Feathestone, 2001). Kemudian hal itu juga memunculkan peniruan dan kesenangan pada remaja yang tidak terbatas. Konsumsi atas produk budaya pop Korea membuat siswa menjadi termotivasi seperti idolnya. Sikap dan

kepribadian yang ditampilkan oleh idol K-Pop melalui media sosial membuat siswa termotivasi untuk mengikuti perilaku idolnya. Perilaku siswa yaitu munculnya motivasi dalam diri siswa untuk menjadi lebih percaya diri, semangat untuk belajar, mempelajari bahasa korea dan disiplin waktu.

Motivasi individu inilah yang mendorongnya untuk melakukan kegiatan tertentu (Sumidjo, 2007). Dorongan dalam diri individu yang mendorongnya untuk bertindak disebut motivasi. Individu biasanya mengambil tindakan untuk mencapai suatu tujuan. Sehingga, motivasi ialah keinginan yang dikendalikan oleh tujuan dan jarang terwujud dalam ruang hampa. Istilah kebutuhan, keinginan, dorongan dan motivasi juga sama dengan kata motif (Mangkunegara, 2005). Motivasi didefinisikan oleh Sutrisno (2011) sebagai unsur yang mendorong individu untuk melakukan tugas tertentu.

Motivasi juga didefinisikan sebagai aktifitas yang terlibat dalam mendorong diri orang lain atau diri sendiri untuk melakukan tindakan yang diinginkan. sehingga motivasi merupakan proses menginspirasi orang lain atau diri sendiri untuk mengambil tindakan guna memenuhi keinginan dan mewujudkan tujuan (Manullang, 2004). Oleh karena itu, motivasi ialah keinginan seseorang untuk mencoba mengubah perilakunya agar dapat lebih memenuhi kebutuhannya. Media massa dan televisi memainkan peran penting dalam budaya konsumen. Melalui pembentukan selera yang diproduksi secara massal, budaya konsumen dalam industri budaya telah membentuk kesadaran masyarakat dengan meningkatkan keinginan atas kebutuhan palsu (Featherstone, 2001).

Remaja dapat merasakan keterikatan hubungan dengan keberadaan idol K-Popnya dalam dunia nyata sehingga menimbulkan kesadaran yang tidak nyata di sana. Hal itu karena banyaknya media yang menampilkan citra dan simulasi mempesona yang tidak ada akhirnya, sehingga 'TV adalah dunia' (Featherstone, 2001). Penciptaan kebudayaan ini mengikuti suatu model produksi yang disebut simulasi atau penciptaan model-model nyata tanpa ada asal-usul atau hyperialitas (Featherstone, 2001).

Ketika penyebaran budaya yang ditampilkan melalui televisi berhasil membuat konsumen terpenuhi rasa senangnya kemudian muncul imaje atau khayalan budaya yang kuat yang memberikan motivasi pada masyarakat (Featherstone, 2001). Korean wave

mampu membuat terjadinya keterikatan hubungan semu atau hyperialitas antara para informan dengan idol K-Pop. Melalui tayangan-tayangan yang dikonsumsi oleh para informan yaitu music video K-Pop, *variety show*, aktivitas yang dibagikan oleh idol K-Pop melalui media sosial secara terus menerus menanamkan keinginan mereka atas kebutuhan palsu. Citra yang mempesona ditampilkan oleh idol K-Pop membuat para informan menjadi menyukainya. Sehingga Korean Wave mampu memunculkan motivasi diri yang kuat pada semua informan.

## 2. Konstruksi Identitas Diri

Identitas diri yang ditampilkan oleh para siswa menggunakan sisipan bahasa korea seperti *omo*, *saranghae*, *jinja*, dan *gomawo* ketika berinteraksi dengan teman sebayanya. Pelafalan sisipan bahasa Korea ketika berinteraksi dengan temannya merupakan symbol identitas sosial remaja yang ditunjukkannya kepada masyarakat bahwa remaja adalah penggemar K-Pop dan ingin dipandang sebagai penggemar K-Pop. Para siswa melafalkan bahasa korea tersebut karena ikut-ikutan teman. Hal itu disampaikan oleh Zee:

“Teman-temanku kadang suka make bahasa Korea, kak. Aku jadinya ya keikutan pake bahasa Korea juga. Menurutku bahasanya lucu kalo di denger.” (Zee, siswi penyuka Korean wave).

Pada paparan di atas, dikatakan bahwa Zee terkadang memakai bahasa Korea karena ikut-ikutan teman dan menurutnya bahasa Korea terdengar lucu jika di dengar. Selanjutnya, Alda yang juga terkadang menggunakan selipan bahasa Korea ketika berbicara dengan temannya. Hal itu disampaikan Alda:

“Bahasanya soalnya enak di dengarnya sih, jadinya suka keceplosan kalo pas ngobrol sama teman. Lagian juga engga salah kan pake bahasa Korea ke teman.” (Alda, siswi penyuka Korean wave).

Mengacu pada paparan di atas, dikatakan bahwa Alda merasa merasa bahasa Korea enak untuk didengarkan. Sehingga dia menggunakan bahasa Korea untuk mengobrol bersama dengan temannya serta dia merasa tidak ada masalah jika menggunakan bahasa Korea dengan temannya. Berdasarkan wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa para informan terbiasa menggunakan selipan bahasa Korea dalam bersosialisasi dengan

temannya. Para informan merasa bahwa bahasa Korea memiliki pelafalan yang lucu dan terdengar enak di telinga. Identitas diri yaitu kesadaran diri dan penilaian seseorang terhadap dirinya sendiri sehingga agar dapat mengenali keunikan dirinya dibandingkan orang lain. Identitas seseorang dapat berasal dari lingkungan sosialnya, keluarga, tetangga dan teman sebaya tempat ia dibesarkan dan dikembangkan. Proses pengembangan identitas diri seorang remaja dapat dipengaruhi oleh apa yang dilihatnya di lingkungan sekitar, serta oleh sikap dan tindakan orang tua yang mereka saksikan (Ndraha, Ernawati, & Wigunawati, 2021). Identitas diri yaitu proses dimana individu mendefinisikan dan menerima siapa dirinya. Identitas diri merupakan puncak dari perilaku, peran sosial, hobi dan karakteristik fisik individu yang secara kolektif membentuk kesan terhadap siapa dirinya.

Hal ini mencakup menerima diri individu apa adanya, memiliki arah dan tujuan hidup serta memiliki keyakinan internal yang berpengaruh cara individu berpikir tentang berbagai topik. Identitas diri dalam sosiologi mengacu pada bagaimana individu memandang dirinya dalam konteks sosial. Dalam sosiologi, identitas diri mengacu pada rasa memiliki individu terhadap suatu kelompok sosial dan bagaimana hal ini mempengaruhi perilaku dan pendapat orang lain serta diri mereka sendiri. Identitas diri individu dalam kerangka sosial sebagian besar dibentuk oleh identitas sosialnya.

Kebutuhan yang kuat akan mengidolakan orang lain terjadi pada masa remaja. Masa remaja ialah masa terjadinya krisis identitas atau pencarian diri. Pencarian identitas diri berusaha untuk menjelaskan siapa dirinya. pengambilan keputusan remaja sangat dipengaruhi oleh idola atau panutannya (Janah, 2014). Individualisme, ekspresi diri, dan kesadaran gaya semuanya terkait dengan budaya konsumen. Atribut fisik seseorang, cara berbicara, aktivitas waktu luang, preferensi perjalanan, dan sebagainya semuanya dianggap sebagai cerminan dari selera serta gaya unik mereka (Featherstone, 2001).

Berbagai macam figure dari suatu idola mempengaruhi terhadap perubahan yang ada pada diri remaja. Figure idola yang dapat mengubah opini terhadap beragam identitas melalui media. Selebriti merupakan kategori sosial yang berbeda, mereka mungkin menginspirasi impian konsumen dan berfungsi sebagai sarana ekspresi diri. Selebriti membantu konsumen dalam mengembangkan dirinya. Identitas menjadi

komponen fundamental dari “aksesoris fesyen” dalam budaya konsumen. anak-anak generasi baru yang disebut E-Generation diperkirakan telah membentuk identitas mereka melalui kepribadian dan gaya hidup yang terinspirasi dari selebriti. Ini berarti bahwa penggunaan selebriti dan gambar mereka untuk membantu pelanggan dalam parade identitas (Chaney, 2011).

Selain menggunakan bahasa sisipan Korea dalam kehidupan sosialnya, para informan menunjukkan identitas dirinya dengan ikut serta ke dalam ekstrakurikuler modern dance. Berdasarkan wawancara dengan Alya, alasan dia ikut bergabung menjadi anggota ekstrakurikuler modern dance karena dia menyukai K-Pop dan ingin menunjukkan bakatnya melalui dance. Hal ini disampaikan oleh Alya:

“Kebetulan aku suka K-Pop dan suka dance. Jadi alasan aku masuk ekskul dance karena pengen nunjukkin kalo aku suka K-Pop dan dance. Soalnya kalo liat idol ngedane gitu, aku juga pengen. Makanya aku ikut ekskul dance.” (Alya, siswi penyuka Korean wave).

Pada paparan di atas, dikatakan bahwa Alya ikut bergabung ekstrakurikuler modern dance karena menyukai K-Pop dan dance. Sehingga dengan bergabungnya dia ke ekstrakurikuler modern dance agar lebih bebas berekspresi. Kemudian alasan Athe ikut bergabung ke dalam ekstrakurikuler modern dance karena ia ingin lebih bebas menunjukkan dirinya jika ia menyukai K-Pop. Hal ini disampaikan Athe:

“Karena pengen bebas berekspresi aja sih. Aku bisa dance dan suka K-Pop. Pengen eksplor lebih dalam gerakan dance juga.” (Athe, siswi penyuka Korean wave).

Mengacu pada paparan di atas, dikatakan bahwa Athe ingin bisa lebih bebas berekspresi dalam menunjukkan dirinya sebagai KPopers. Dia juga ingin lebih mengeksplor lebih dalam tentang gerakan dance. Kemudian, Zee bergabung ke dalam ekstrakurikuler modern dance karena dia ingin memiliki gaya hidup sehat seperti idolnya. Menurutnya dengan ikut dance, dia bisa lebih sehat dan menunjukkan dirinya sebagai KPopers. Hal ini disampaikan Zee:

“Ikut dance karena pengen punya gaya hidup sehat kayak idol favoritku. Soalnya aku pengen banget

punya badan bagus, alasan lain ya karena pengen bebas berekspresi aja kalo suka K-Pop.” (Zee, siswi penyuka Korean wave).

Pada paparan di atas, dikatakan bahwa alasan Zee mengikuti ekstrakurikuler modern dance karena ingin memiliki gaya hidup sehat seperti idol favoritnya. dia ingin memiliki badan yang ideal seperti idol K-Pop dan juga ingin lebih bebas berekspresi bahwa dia menyukai K-Pop. berdasarkan pada paparan pernyataan para informan di atas bahwa alasan mereka ikut tergabung ke dalam ekstrakurikuler modern dance karena ingin lebih bebas berekspresi menunjukkan identitas dirinya sebagai KPopers melalui dance.

Identitas diri yang ditunjukkan oleh para siswa dengan menggunakan sisipan bahasa Korea ketika berinteraksi dengan teman sebayanya dan menunjukkan diri melalui dance dengan ikut bergabung ke dalam ekstrakurikuler modern dance. Dalam hal ini, idol K-Pop menjadi model untuk pembentukan identitas diri mereka. Identitas diri mereka terbentuk karena adanya persemayaman media dalam mengonsumsi budaya populer Korea. Para siswa melakukan eksplorasi dengan keinginan untuk berusaha mencari tahu, menyelidiki, dan proses pengalaman. Eksplorasi yang dilakukan dapat dilihat dari usaha dalam mencari tahu dan menyelidiki nilai-nilai yang dimiliki idol K-Pop dengan mencari informasi berhubungan dengan idola. Pada saat ini media massa berperan penting pada remaja. Televisi menghasilkan suatu kejenuhan image dan informasi yang mengancam rasa kita terhadap realitas (Featherstone, 2001). Media populer dan televisi sebagai agen public relations dari kaum selebriti (Chaney, 2011). Pembentukan identitas diri pada informan melalui eksplorasi yang dilakukan oleh individu yang termotivasi untuk belajar lebih banyak, melihat ke dalam, dan menganalisis pengalaman. Eksplorasi yang dilakukan dapat dilihat dari upaya untuk mempelajari dan menggali cita-cita yang dimiliki para idol K-Pop dengan bertanya dan mencari informasi berhubungan dengan idola.

## **B. Dampak Sosial**

### **1. Relasi Sosial Teman Sebaya**

Dalam istilah sosial relasi sosial atau hubungan antar sesama disebut sebagai relasi atau relation. Relasi sosial merupakan hasil dari interaksi manusia yang rutin

ataupun, dinamis antara dua individu atau lebih. Relasi sosial yang terjadi pada siswa penggemar Korean wave yaitu mereka saling membahas berita K-Pop yang sedang viral, membicarakan antar idol K-Pop yang mereka sukai, dan membahas drama Korea baru yang akan datang. Selain itu, para informan mendapat teman baru sesama kpopers di lingkungan sekolah. Berdasarkan wawancara dengan Zee, dia mendapat teman baru sesama KPopers di sekolah. Setelah ikut ekstrakurikuler modern dance, dia mendapat teman baru lagi sesama KPopers. Hal ini disampaikan Zee melalui wawancara:

“Seneng sih dapat teman baru sesama KPopers di ekskul dance. Soalnya kan jadi nambah teman buat ngobrolin bias bareng-bareng.” (Zee, siswi penyuka Korean wave)

Berdasarkan pada paparan di atas, dikatakan bahwa Zee senang memiliki teman baru sesama KPopers di ekstrakurikuler modern dance karena dia dapat membahas idolnya bersama. Sejalan dengan Athe, dia senang mendapat teman baru sesama KPopers ketika dia masuk SMA. Menurutnya teman sesama KPopers membuat dia menjadi senang di sekolah walaupun dia dengan temannya berbeda fandom.

“Aku seneng banget pas masuk SMA langsung dapet teman sesama KPopers. Tapi dia sama aku beda fandom, dia NCT kalo aku EXO. Aku suka aja sih, walaupun beda bahasanya yang penting ada teman ngobrol bahas K-Pop.” (Athe, siswi penyuka Korean wave).

Mengacu pada paparan di atas, dikatakan bahwa Athe mendapat teman baru sesama KPopers saat masuk SMA. Meskipun dia dan temannya berbeda fandom, dia tetap senang karena memiliki teman untuk membahas K-Pop bersama. Selanjutnya, Alya menambah teman baru sesama KPopers melalui ekstrakurikuler modern dance. Dia merasa setelah menjadi anggota ekstrakurikuler modern dance, dia bisa lebih mengeksplor dan mengekspresikan dirinya dengan bebas. Hal itu disampaikan Alya melalui wawancara:

“Setelah ikut ekskul dance aku nambah teman baru yang suka KPop juga. Serunya itu jadi bisa lebih ekspresiin diri aja, ngerasa lebih bebas dan bisa saling belajar sama teman yang lain.” (Alya, siswi penyuka Korean wave)

Berdasarkan pada paparan di atas, dikatakan bahwa Alya mendapat teman baru sesama KPopers melalui ekstrakurikuler modern dance. Melalui ekstrakurikuler modern dance, dia dapat bebas mengekspresikan dirinya serta dapat saling belajar dengan teman yang lainnya. Sejalan dengan Fairuz, dia memiliki teman baru ketika masuk SMA. Hal ini disampaikan Fairuz melalui wawancara:

“Masuk SMA langsung dapat teman yang suka K-Pop juga. Seru sih buat dengerin sama bahas K-Pop bareng. Di sekolah jadinya engga bosan, soalnya ada temannya yang bisa diajak ngobrol K-Pop.”

Mengacu pada paparan di atas, dikatakan bahwa Fairuz saat masuk SMA mendapatkan teman baru sesama KPopers. Menurutnya dengan adanya teman sesama KPopers di sekolah, dia menjadi tidak bosan dan dapat membahas KPop bersama.

Berdasarkan wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa para informan mendapat relasi sosial baru dengan sesama KPopers di sekolah. Oleh karena itu dapat dipahami teman sebaya berpengaruh pada minat remaja dibandingkan dengan keluarga. Teman sebaya dianggap sebagai kelompok orang yang mempunyai kedudukan sosial, asal-usul, dan usia yang sama. Teman sebaya mempunyai kemampuan untuk memikat sikap dan pandangan individu. Kelompok teman sebaya juga sering berbagi informasi tentang hiburan atau aktivitas lain yang mereka nikmati bersama. Teman sebaya memiliki tingkat kedewasaan yang sama selain usia yang sama (Ri'aeni, 2019). Relasi sosial terjalin karena adanya pemikiran yang sefrekuensi antar sesama teman sebaya. Pilihan konsumsi dan gaya hidup melibatkan keputusan yang mana hal itu dapat mengidentifikasi selera seseorang (Featherstone, 2001). Pencarian individu akan perbedaan melalui gaya hidup, kehidupan yang sesuai dengan mode dan ekspresif, menjadikan ditemukannya sikap yang khas (Featherstone, 2001). Seperti pada siswa penggemar Korean wave yang memilih K-Pop sebagai pilihan konsumsi yang kemudian menjalin relasi antar sesama teman sebaya kemudian ditemukan sikap yang khas yaitu membicarakan tentang K-Pop yang sedang viral.

## 2. Relasi Sosial di Media Sosial

Siswa yang menggemari Korean wave sebagai penggemar tentunya akan mengikuti segala perkembangan idol kesukaannya dengan cara mengikuti akun fanbase di media sosial. Berdasarkan wawancara dengan Athe, dia ikut bergabung ke dalam grup fandom EXO di whatsapp dikarenakan ingin mengetahui segala informasi dari idolnya. Hal itu disampaikan oleh Athe melalui wawancara:

“Gabung ke grup fandom EXO di WhatsApp sebenarnya pengen tahu info baru tentang bias ku sih kak, aku gabung udah lama banget itu. Sampai sekarang masih aktif grupnya, aku tau info-info drama yang diperanin sama bias ku ya dari situ.” (Athe, siswi penyuka Korean wave).

Mengacu pada paparan di atas, dikatakan bahwa Athe bergabung ke dalam grup fandom EXO karena ingin mengetahui info terbaru dari biasnya. Dia bergabung sudah lama dan hingga sekarang grupnya masih aktif. Dia mengetahui semua info drama yang diperankan oleh biasnya melalui grup tersebut. Sejalan dengan Isa yang bergabung ke dalam grup fandom agar mendapat teman banyak. hal itu disampaikan oleh Isa:

“Aku gabung ke fandom biar dapet teman banyak, dapat update terbaru. Lumayan aku dapat teman online lewat fandom yang aku ikutin sekarang.” (Isa, siswi penyuka Korean wave).

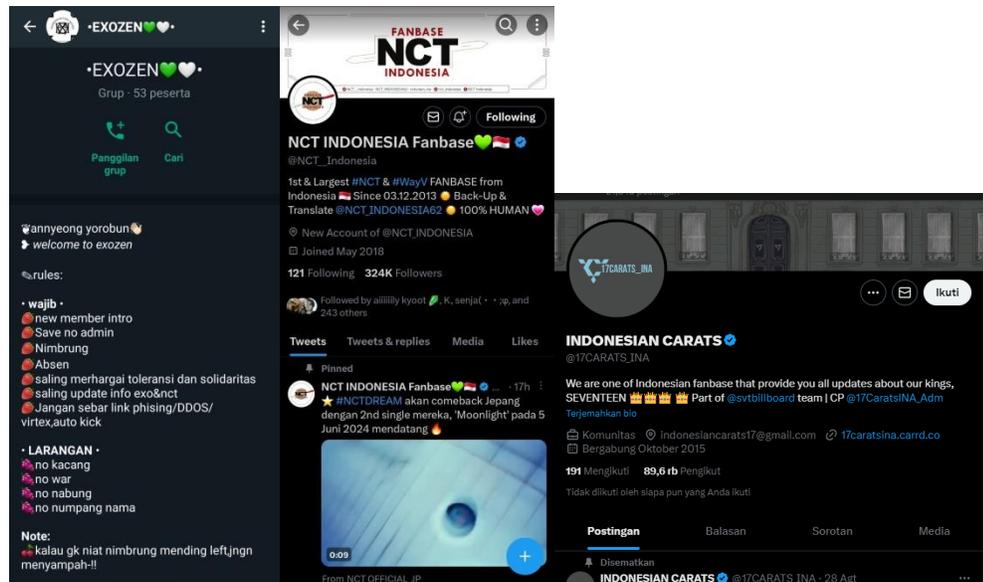
Berdasarkan pada paparan di atas, dikatakan bahwa Isa bergabung ke fandom agar dapat memiliki teman yang banyak dan mengetahui info terbaru. Dia mendapat teman online baru melalui fandom yang dia ikuti. Selanjutnya Alan ikut bergabung ke dalam fandom seventeen di twitter. Hal itu disampaikan Alan:

“Iya ikut fandom. Aku ikut fandom seventeen di twitter. Aku engga sukanya kalo di twitter kadang ngajak war antar fans gitu loh. Biasa lah, ada aja orang yang mancing biar berantem. Tapi enaknye aku punya temen online luar daerah pula.” (Alan, siswi penyuka Korean wave).

Mengacu pada paparan di atas, dikatakan bahwa Alan ikut bergabung fandom seventeen di twitter. Dia kurang senang dengan fans di twitter karena terkadang ada salah satu fans yang mengajak bertengkar atau war antar fans yang lain. Kelebihan yang dia dapatkan yaitu mendapat teman online baru dari luar daerah.

Adapun beberapa akun fanbase yang diikuti oleh para informan terlihat di gambar 7. Akun fanbase di bawah yaitu fanbase exozen yang diikuti oleh Athe di WhatsApp, fanbase NCT Indonesia yang diikuti oleh Isa di twitter, dan fanbase Indonesian Carat's yang diikuti oleh Alan di twitter.

**Gambar 7. Akun Fanbase yang Diikuti Informan**



*Sumber: akun fanbase EXOZEN di WhatsApp, akun fanbase NCT, dan Indonesian Carat's di Twitter*

Dokumen di atas menunjukkan bahwa relasi sosial yang tercipta melalui media sosial antara penggemar untuk membagikan informasi terupdate tentang idolnya. Akun fanbase tersebut dianggap mampu memberikan rasa senang. Bertemunya para penggemar di dalam akun fanbase hadir sebagai relaksasi dan pengisi waktu luang senggang para informan. Akun fanbase adalah salah satu alternatif untuk menghabiskan waktu dan menghilangkan kebosanan atas rasa capek kegiatan belajar di sekolah. Bagi para informan adanya akun fanbase, mereka dapat menambah teman dari berbagai daerah. Firza (2021) menyatakan bahwa zona mabuk teknologi adalah ungkapan masyarakat saat ini mengacu pada interaksi yang rumit dan seringkali kontradiktif antara teknologi dan pencarian kita akan makna yang bersifat substansial. Di sisi lain, teknologi dipandang sebagai obat penawar dan bisa juga menjadi kekuatan yang tidak terkendali dan berujung

kerusakan massal. Di dalam akun fanbase tersebut, para informan dapat menemukan foto-foto eksklusif dan video rekaman fancam yang dibagikan oleh sesama penggemar. Foto-foto dan video rekaman fancam idol K-Pop dalam hal itu dikonsumsi secara simbolik (dipandang dan diimpikan) untuk menghasilkan kepuasan (Featherstone, 2008). Image serta dunia maya itu juga mendukung dikaburkannya batas antara seni dengan kehidupan sehari-hari (Featherstone, 2008).

Akun fanbase di media sosial merupakan salah satu cara untuk mencapai hal itu karena para penggemar berkumpul menjadi satu fandom atau kesukaan idol K-Pop yang sama. Budaya konsumen menggunakan image, tanda-tanda dan benda-benda simbolik untuk mengumpulkan mimpi-mimpi, keinginan dan fantasi yang menegaskan keauntetikan romantic dan pemenuhan emosional dalam menyenangkan diri sendiri secara narsistik (Featherstone, 2008). Akun fanbase juga dapat menghubungkan antara orang dengan benda, ada pula kecenderungan untuk menyalurkan tukar menukar benda yang mana para informan terhubung dengan penggemar lainnya serta saling tukar menukar foto dan video rekaman idol K-Pop (Featherstone, 2008). Perilaku yang disertai dengan efek yang menyenangkan cenderung akan terus berulang (Evita, 2019). Hal ini menyebabkan muncul adanya aktivitas mengkonsumsi secara terus menerus untuk mempertahankan prestise tersebut. Koleksi foto-foto eksklusif idol K-Pop yang berada di dalam akun fanbase tersebut untuk menjaga prestise sekaligus menjadi senang dengan cukup melihat-lihat fotonya saja.

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dan di analisis menggunakan teori budaya konsumen dari mike featherstone mengenai Gaya Hidup Remaja Penggemar Korean Wave (Studi pada SMAN 2 Ungaran Kecamatan Ungaran Barat, Kabupaten Semarang), maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

*Pertama*, gaya hidup siswa penggemar Korean wave dalam membelanjakan uangnya yaitu membeli makanan dari produk Korea Selatan, membeli merchandise K-Pop berupa album dan photocard serta membeli pakaian untuk menunjang penampilan sebagai bentuk pengekspresian diri mereka. Hal itu terjadi karena K-Pop melalui media sosial mampu membuat para informan secara terus menerus mengonsumsinya dan mampu menghapuskan perbedaan antara image dan realitas. Sehingga memunculkan keinginan konsumsi dalam membeli produk Korean wave tersebut. Kemudian, Korean wave mampu membuat para informan memilih aktivitas pada waktu luang yaitu menonton drama Korea serta mendengarkan musik K-Pop sebagai kebutuhan palsu hanya untuk kepuasan pribadi. Pilihan hiburan tersebut menjadi keputusan pembeda, yang mana secara bersamaan dapat mengidentifikasi dan mengklasifikasikan pilihan selera individu menurut orang lain.

*Kedua*, Korean wave memiliki dampak terhadap perilaku siswa yaitu dampak individual dan dampak sosial. Dampak individual yang dirasakan pada diri individu siswa yaitu motivasi diri dan kontruksi identitas diri. Korean wave mampu meningkatkan motivasi pada diri informan. Setelah menggemari Korean wave, para informan menjadi lebih percaya diri, ingin mempelajari bahasa Korea Selatan dan membuat lebih giat dalam belajar. Motivasi diri muncul karena adanya hubungan semu atau hiperialitas antara idol K-Pop dengan para remaja. Tayangan-tayangan yang ditampilkan melalui media sosial menghilangkan hubungan antara yang nyata dengan maya. Selanjutnya, korean wave mampu membuat siswa menunjukkan identitas dirinya sebagai KPopers

yaitu dengan menggunakan sisipan bahasa Korea ketika berinteraksi dengan teman sebayanya dan menunjukkan diri melalui dance dengan ikut bergabung ke dalam ekstrakurikuler modern dance. Terakhir, Korean wave berdampak pada sosial yang mana Korean wave mampu meningkatkan relasi sosial di lingkungan sekolah dan media sosial. Relasi sosial yang terjadi di lingkungan sekolah yaitu para siswa mendapat teman sebaya sesama KPopers, sehingga mereka bisa dapat membicarakan idol K-Pop secara bersama. Relasi sosial tersebut juga melalui media sosial dengan mengikuti akun fanbase di twitter dan grup whatsApp. Melalui akun fanbase tersebut, mereka memiliki teman dari luar daerah serta mengetahui segala macam informasi terkait idolnya dengan cara bertukar informasi antar anggota di dalamnya.

## **B. Saran**

Berdasarkan dari hasil penelitian tentang gaya hidup remaja penyuka Korean wave di SMAN 2 Ungaran, Kecamatan Ungaran Barat, Kabupaten Semarang. Peneliti akan memberikan saran kepada beberapa pihak terkait sebagai berikut:

1. Bagi pihak sekolah sebaiknya memberikan dukungan penuh serta dapat memfasilitasi para siswa nya agar dapat lebih bebas mengeksplor banyak hal selain di bidang akademis.
2. Bagi para siswa yang menyukai K-Pop sebaiknya dapat mengelola waktu dan uangnya dengan baik agar tidak boros serta tidak membuang-buang waktu untuk hal yang tidak perlu.
3. Bagi peneliti, peneliti dapat membaca dan mencari referensi yang lebih dalam serta penelitian ini bisa dikembangkan lebih spesifik.

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku:

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: Syakir Media Press.
- Akmaliah, W. (2012). Fenomena Hallyu (Gelombang Korean Pop/ K-Pop) dan Dampaknya di Indonesia. in C. B. Huat, D. Shim, & K. Iwabuchi, *East Asian Pop Culture: Analyzing the Korean Wave* (p. 203). Hongkong: Hongkong University Press.
- Atmadja, N.B. & Luh Putu S. A. (2018). *Sosisologi Media Perspektif Teori Kritis*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Barlian, E. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Padang: Sukabina Press.
- Bungin, B. (2014). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Chaney, D. (2011). *Lifestyles: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Fanani, A. (2020). *Jejak Islam Dalam Kebudayaan Jawa*. Jakarta: Kencana.
- Featherstone, M. (2001). *Posmodernisme dan Budaya Konsumen*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hamzah, A. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif Rekonstruksi Pemikiran Dasar serta Contoh Penerapan Pada Ilmu Pendidikan, Sosial dan Humaniora*. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Ibrahim, I. S. (2011). *Kritik Budaya Komunikasi: Budaya, Media, dan Gaya Hidup dalam Proses Demokratisasi di Indonesia*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Kusumastuti, A., & Khoiron, A. M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo.
- Kim, Y. (2013). *The Korean Wave: Korean media go global*. New York: The Taylor and Francis Group.
- Moleong, L. J. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset Bandung.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sihotang, A. P. (2008). *Ilmu Sosial Budaya Dasar (ISBD)*. Semarang: Semarang University Press.

Suyanto, B., & Sutinah. (2005). *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Prenada Media.

**Sumber Jurnal:**

Amrullah, I., & Lestari, M. T. (2016). Analisis Gaya Hidup Anggota Komunitas Korea Hansamo Bandung. *Journal e-Proceeding Of Management: Vol 3, No 3, 1-8.*

Aisy, Rifa A.D. (2022). Korean Wave (Kpop) Cultural Trends Among Pekalongan Students. *Jurnal Penelitian Sosiologi, Vol.1, No 2, 1-10.*

Azizah. (2013). Kebahagiaan dan Permasalahan di Usia Remaja (Penggunaan Informasi dalam Pelayanan Bimbingan Individual). *Konseling Religi: Jurnal Bimbingan Konseling Islam Vol 4, No 2, 295-316.*

Baswoko, S., & Cahyono, H. (2021). Pola Konsumsi Mahasiswa K-Popers yang Berhubungan Dengan Gaya Hidup K-Pop Mahasiswa Surabaya. *Independent: Jurnal Of Economics Vol 1, No 2, 33-40.*

Fadli, M. R. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Jurnal Humatika Vol 21, No 1, 33-54.*

Fahirra, H., & Andjarwati, A. L. (2022). Pengaruh Korean Wave dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Album Official BTS. *Jurnal Ilmu Manajemen Vol 10, No 1, 148-159.*

Fakhrurrazi. (2019). Karakteristik Anak Usia Murahqah (Perkembangan Kognitif, Afektif, dan Psikomotorik). *Jurnal Al-Ikhtibar: Jurnal Ilmu Pendidikan Vol 6, No 1, 573-579.*

Fella, S., & Sair, A. (2020). "Menjadi Korea": Melihat Cara, Bentuk dan Makna Budaya Pop Korea Bagi Remaja di Surabaya. *Journal of Urban Sociology Vol 3, No 2, 7-19.*

Gumelar, S. A., Almaida, R., & Laksmiwati, A. A. (2021). Dinamika Psikologis Fangirl K-Pop. *Jurnal Cognicia, Vol 9 (1), 17-24.*

Hamid, F. (2018). Media dan Budaya Populer. *Universitas Mercubuana, Vol 1 No 2, 1-12.*

Hasanah, H. (2016). Teknik-teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *Jurnal at-Taqaddum Vol 8, No 1, 21-46.*

Hidayati, D. A., Fitriani, S. D., & Habibah, S. (2022). Realitas Sosial Remaja Penggemar Budaya Korea (K-Pop) di Bandar Lampung. *Resiprokal Vol 4, No 2, 212-232.*

- Jannah, M. (2016). Remaja dan Tugas-tugas Perkembangannya dalam Islam. *Jurnal Psikoislamedia* Vol 1, No 1, 243-256.
- Kurniawati, S., & Zuhriya, R. (2021). Drama Korea dan Imitasi Gaya Hidup: Studi Korelasi Pada Mahasiswa KPI IAIN Surakarta. *Academic Journal of Da'wa and Communication* Vol.2, No.2 , 242-268.
- Mahdayeni. (2019). Manusia dan Kebudayaan (Manusia dan Sejarah Kebudayaan, Manusia dalam Keanekaragaman Budaya dan Peradaban, Manusia dan Sumber Penghidupan). *Tabdir: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* Vol 7 No 2, 154-165.
- Perdini, I., Dhiba, F., & Nuraeni, R. (2019). K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia. *ProTVF* Vol 3, No 1, 68-80.
- Pertiwi, N. I. (2017). Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial* Vol 1, No 2, 202-224.
- Putri, R., & Irma, A. (2020). Dampak Drama Korea (Korean Wave) terhadap Pendidikan Remaja. *Lectura: Jurnal Pendidikan* Vol 11 No. 2, 256-269
- Rahadeandra, R. N. (2018). Gaya Hidup Mahasiswa Bidikmisi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga. *Jurnal SI Sosiologi Universitas Airlangga*, Vol 1, No 2, 1-24.
- Ri'aeni, I. (2019). Pengaruh Budaya Korea (K-Pop) Terhadap Remaja di Kota Cirebon. *Communications* Vol 1, No 1, 1-26.
- Ridaryanthi, M. (2014). Bentuk Budaya Populer dan Konstruksi Perilaku Konsumen Studi Terhadap Remaja. *Jurnal Visi Komunikasi Volume* Vol 13, No 1, 87-104.
- Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Alhadharah* Vol 17, No 33, 81-95.
- Rosida, I. (2018). Tubuh Perempuan Dalam Budaya Konsumen: Antara Kesenangan Diri, Status Sosial, dan Nilai Patriarki. *JANTRO* Vol 20, No 1, 85-101.
- Solihah, N., & Ajat, S. (2018). Dampak Modernitas K-Pop Pada Gaya Hidup Siswi di Sekolah Berbasis Pondok Pesantren. *Sosiologi Reflektif* Vol 13, No.1, 37-49.
- Tarigan, D. I. (2015). Kajian Gaya Hidup Masyarakat di Kelurahan Bahu Kecamatan Malalayang Kota Manado. *Jurnal Acta Diurna* Vol 4 No. 4, 1-15.
- Wahidah, A., Nurbayani, S., & Tutin , A. (2020). Korean Wave: Lingkaran Semu Penggemar Indonesia. *Sosietas Jurnal Pendidikan Sosiologi* Vol 10, No 2, 880-887.

### **Sumber Skripsi:**

Kinanthi, G. (2019). Korean Wave (Studi Tentang Pengaruh Budaya Korea Pada Penggemar K-Pop di Semarang). *Prodi Antropologi, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro*.

### **Sumber Internet:**

Chri/agt. (2019). <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20190817161830-234-422300/keseruan-running-man-kunjungi-indonesia-sejak-2014>. Diakses pada 21 januari 2024.

Henry. (2021). <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4678671/indonesia-tempati-urutan-ke-4-penggemar-korean-wave-terbesar-di-dunia>. Diakses pada 22 Agustus 2022.

Javier, F. (2021). <https://data.tempo.co/data/1174/ada-75-miliar-twit-k-pop-pada-juli-2020-juni-2021-terbanyak-dari-indonesia>. Diakses pada 23 Agustus 2022.

Korea.net. (2014). <https://www.korea.net/AboutKorea/CultureandtheArts/hallyu>. Diakses pada 21 januari 2024.

Nurani, N. (2017). <https://kumparan.com/kumparank-pop/fanatisme-fans-k-pop-candu-dan-bumbu-remaja>. Diakses pada 22 Agustus 2022.

Kemdikbud. (2023). <https://referensi.data.kemdikbud.go.id>. Diakses pada 16 September 2023.

## LAMPIRAN

### 1. Pedoman Wawancara

#### **Ketua ekstrakurikuler modern dance**

1. Sejak kapan modern dance berdiri?
2. Berapa anggota yang tergabung di dalam modern dance?
3. Apakah di ekskul modern dance terdapat susunan organisasi?
4. Bagaimana cara menentukan seseorang menjadi ketua ekskul modern dance?
5. Apakah modern dance sering mengadakan atau mengikuti perlombaan?
6. Berapa kali dalam seminggu modern dance mengadakan latihan rutin?
7. Dimana biasanya melakukan latihan rutin?
8. Apa modern dance aktif di sosial media?
9. Prestasi apa saja yang sudah diperoleh modern dance?
10. Dance atau musik apa yang biasanya digunakan untuk latihan?
11. Kostum atau makeup biasanya terinspirasi darimana?
12. Apakah sekolah memberikan dukungan penuh pada ekskul modern dance?

#### **Siswa yang menyukai K-Pop**

Nama:

Kelas:

1. Faktor apa yang menyebabkan kamu menyukai Kpop?
2. Siapa idola Kpop yang kamu sukai?
3. Apa yang membuat kamu suka dari idola itu?
4. Apa kamu selalu mengikuti perkembangan idola kamu di sosial media?
5. Apa ada film, drama atau lagu yang sedang kamu dengarkan atau ikuti?
6. Menurut kamu, apa yang membuat kamu menyukai film, drama atau lagu tersebut?

7. Rata-rata dalam sehari, berapa jam yang bisa kamu habiskan untuk menonton drama atau film tersebut?
8. Apakah kamu suka membeli merchandise k-pop?
9. Merchandise apa yang paling sering kamu beli?
10. Faktor apa yang membuat kamu suka membeli merchandise Kpop?
11. Bagaimana cara kamu membeli merchandise Kpop?
12. Dalam setahun, kamu dapat membeli merchandise berapa banyak?
13. Apa kamu selalu mengikuti trend Kpop terkini?

## 2. Dokumentasi Wawancara dengan Informan



### 3. Latihan Rutin Ekstrakurikuler Modern Dance



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Nabila Farah Afifah  
TTL : Pekalongan, 9 Juli 2000  
Alamat : Gedanganak, Kec. Ungaran Timur, Kab.  
Semarang  
NIM : 1806026090  
Prodi/ Jurusan : Sosiologi  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
No. Handphone : 089665279142  
Email : [nabilafarah970@gmail.com](mailto:nabilafarah970@gmail.com)  
Instagram : nabilafrrh\_  
Riwayat Pendidikan : SDN Mekarsari 01  
SMPI Putradarma  
SMAN 4 Tambun Selatan  
Pengalaman Organisasi : UKM An-Niswa 2018-2022  
LPM Reference 2019-2021

Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenarnya dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 17 September 2024



Nabila Farah A.