

**BAB IV**  
**FANATISME REMAJA EXO-L TERHADAP MUSIK**  
**POPULER KOREA DALAM PERSPEKTIF PSIKOLOGI**  
**SUFISTIK**

Bab ini membahas mengenai analisis data yang telah diperoleh melalui observasi dan dokumentasi yang dilakukan di media massa dan *event* Korea serta wawancara mendalam (*in-depth interview*) terhadap tiga (3) subjek penelitian. Pada awal bab, akan dibahas mengenai kecenderungan-kecenderungan yang memungkinkan remaja menjadi penggemar fanatik. Pembahasan dilanjutkan dengan aspek penting yang menjadi fokus penelitian, yaitu fanatisme remaja EXO-L terhadap musik populer Korea yang dianalisis menggunakan perspektif psikologi sufistik. Tema yang muncul dari hasil observasi, dokumentasi, dan *in-depth interview* ini dikategorisasikan menjadi lebih sempit, kemudian dianalisis untuk memperjelas hasil penelitian dengan menginterpretasikan hasil wawancara dengan referensi latar belakang yang ada pada masing-masing subjek.

**A. Remaja: Kecenderungan menjadi *Fans* dan *Fanatics***

Studi tentang *fans* dan *fandom* tidak memandang segala bentuk kombinasi gender, umur, kelas, dan ras. Semua orang dari semua golongan mempunyai potensi untuk menggemari seseorang atau suatu produk hingga—bisa saja—memutuskan menjadi bagian dari kelompok penggemar. Hal ini menunjukkan bahwa

siapa saja bisa menjadi *fans* dan terkena sindrom fanatik, termasuk remaja. Potensi menjadi *fans* dan *fanatic* pada remaja bisa dilihat dari berbagai macam faktor. Selain banyaknya perubahan yang terjadi pada diri remaja, pengaruh sosial di sekitar remaja pun senantiasa berubah seperti tekanan teman sebaya, media massa, minat, dan lain sebagainya.<sup>1</sup> Menurut Erikson, remaja berada dalam puncak pencarian identitas diri di mana mereka berusaha melepaskan diri dari ikatan psikis orang tua serta berusaha mengekspresikan dan melakukan apa yang mereka sukai dalam rangka menemukan jati diri.<sup>2</sup> Dengan berbagai faktor yang meliputi tersebut, menjadi *fans* dengan kategori *fanatic* adalah salah satu hal yang sangat mungkin menimpa remaja.

Dalam penelitian ini, potensi remaja untuk menjadi penggemar bisa ditunjukkan dari ketertarikan (*interest*) mendalam para subjek penelitian terhadap *boy band* EXO. Dimulai dari mengenal K-pop melalui media massa dan teman atau saudara yang lebih dulu menyukai K-pop, subjek lantas mengenal *boy band* EXO dan memiliki keinginan untuk mengetahui lebih banyak tentang mereka. Remaja, dengan rasa ingin tahu yang tinggi dan keinginan untuk mencoba segala sesuatu, sangat mudah menjatuhkan minat pada hal-hal yang mereka anggap menarik. Dalam hal ini, *boy band* EXO dengan sukses membangkitkan

---

<sup>1</sup> Elizabeth B. Hurlock, *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*, (Jakarta: Penerbit Erlangga), hlm. 218.

<sup>2</sup> Alwisol, *Psikologi Kepribadian*, (Malang: UMM Press, 2014), hlm. 98.

ketertarikan mereka melalui lagu-lagu *easy listening*, performa maksimal dan memukau, serta wajah yang rupawan.

Setelah potensial menjadi penggemar, bagaimana remaja berpotensi menjadi fanatik? Dari ketertarikan terhadap *boy band* EXO, mulai muncul keinginan di dalam diri subjek untuk selalu mengetahui perkembangan yang terjadi dengan sang idola. Untuk mewujudkan keinginannya ini, subjek mengonsumsi berbagai macam media melalui internet. Konsumsi secara terus menerus menimbulkan semacam perilaku adiktif di mana durasi subjek mengakses media melebihi rata-rata pengguna media pada umumnya. Ditambah lagi konsumsi yang terjadi dilakukan secara berulang. Menurut Roland Barthes, dalam Jenkins, pembacaan kembali suatu teks media akan mengubah pengalaman pembaca mengenai suatu teks.<sup>3</sup> Pembacaan kembali akan mengubah perhatian pembaca dari ‘apa yang akan terjadi’ menjadi ‘bagaimana sesuatu itu terjadi’. Pembacaan kembali suatu teks memunculkan *the desire to resolve narrative mysteries* pada diri pembaca.<sup>4</sup> Ketika suatu teks dibaca secara berulang, pembaca yang semula hanya penasaran dengan kelanjutan cerita dari teks-teks bacaan mulai membuat spekulasi, menebak-nebak, dan menggabungkan kejadian satu dengan kejadian lain untuk menjawab rasa penasarannya terhadap isi konten yang dibaca.

---

<sup>3</sup> Henry Jenkins, *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*, (New York: Routledge, 1992), hlm. 68.

<sup>4</sup> Henry Jenkins, *Textual Poachers ...*, hlm. 68.

Sebagai contoh, subjek yang secara terus menerus membaca berita tentang EXO dan *binge-watching* video-video EXO mulai menebak-nebak alasan mengapa tiga personel EXO memilih keluar dari grup. Mereka menggunakan materi-materi yang pernah dikonsumsi sebelumnya untuk menganalisis dan memecahkan misteri keluarnya tiga member EXO tersebut.

Perilaku remaja sangat rentan terhadap pengaruh lingkungan sosial tempat ia tumbuh. Pada masa ini, remaja berada di dalam masa di mana mereka lebih mementingkan kepentingan kelompok. Teman atau kelompok sebaya memberikan pengaruh yang lebih besar pada sikap, pembicaraan, penampilan, dan perilaku remaja dibanding keluarga atau agen-agen sosial lain.<sup>5</sup> Salah satu intikasi penggemar dengan objek kesukaan adalah adanya pengetahuan afektif. Afeksi memengaruhi perilaku penggemar, memaksa mereka untuk mendengar, membeli, menyemangati, bertepuk tangan, mendambakan, dan menuntut. Di antara kisaran perilaku yang membedakan penggemar dengan pendengar biasa adalah ikatan emosi yang dibangun dengan sesama penggemar dengan menjadi bagian dari kelompok penggemar. Dikutip oleh William W. Kelly dalam buku *Fanning the Flames: Fans and Consumer Culture in Contemporary Japan*, Hatfield mengatakan bahwa adanya sensasi gairah yang dibagi bersama di dalam komunitas penggemar mendorong munculnya

---

<sup>5</sup> Jann Gumbiner, *Adolescent Assesment*, (Hoboken, New Jersey, 2003), hlm. 34.

emosi yang lebih besar di dalam diri penggemar. Ikatan gairah bersama ini terkadang memberanikan anggotanya untuk melakukan hal yang tidak bisa mereka lakukan secara individu.<sup>6</sup>

Pola perilaku remaja tidak lepas dari pengaruh kekuatan sosial budaya yang mengontrolnya. Salah satunya adalah media massa. Dalam penelitian ini, internet menjadi media induk subjek penelitian melakukan aktivitas kepenggemarannya. Kemudahan akses terhadap media tersebut sangat berpengaruh pada seberapa jauh penggemar melakoni aktivitas penggemar. Semakin banyak penggemar menggunakan media, semakin besar pula kemungkinan mereka menjadi fanatik.

Dari penjabaran di atas, remaja memiliki kecenderungan besar menjadi penggemar dan berpotensi untuk menjadi fanatik. Kemungkinan ini didukung dengan kenyataan bahwa remaja gemar mengonsumsi teks budaya di dalam media dan menaruh minat pada K-pop. Dimulai dari menjadi penggemar, adanya budaya penggemar K-pop yang menjadi rujukan remaja melakoni aktivitas kepengemaran memastikan mereka untuk tetap setia menjadi penggemar. Perasaan suka terhadap idola akan tumbuh semakin besar seiring konsumsi terhadap media yang semakin bertambah. Dari sinilah kemudian muncul remaja-remaja fanatik yang sangat menggilai idolanya.

---

<sup>6</sup> William W. Kelly, *Fanning the Flames: Fans and Consumer Culture in Contemporary Japan*, (Albany: State University of New York Press, 2004), hlm. 45.

## **B. Fanatisme Remaja EXO-L Terhadap Musik Populer Korea dalam Perspektif Psikologi Sufistik**

Manusia dilahirkan dalam kondisi *fitrah* atau suci. Ia lahir dengan potensi dasar positif untuk senantiasa taat kepada Allah SWT dan memilih jalan kebenaran. Kecenderungan ini mengindikasikan manusia mampu membedakan antara kebaikan dan keburukan. Namun, ia juga mudah menerima rangsangan-rangsangan yang bersifat eksternal, di mana kondisi lingkungan yang melingkupi mampu membelokkan manusia ke jalan kesesatan.<sup>7</sup> Sehingga, yang muncul kemudian adalah manusia-manusia yang berperilaku negatif, keluar dari fitrahnya yang suci.

Berbicara tentang perilaku manusia tidak pernah terlepas dari lingkup psikologis yang melatarbelakanginya. Karena pada dasarnya, manusia terdiri dari dualism yang saling melengkapi, yaitu badan kasar (jasmani) dan badan halus (ruhani). Substansi jasmaniah manusia terdiri dari dua tangan, dua kaki, dan seluruh anggota badan. Sedangkan substansi ruhaniah terdiri dari *ruh* (*'alm al amr*), *qalb* (tempat *ma'rifat*), *'aql* (sumber ukuran standar kebenaran), dan *nafs* (wadah dari *syahwat* dan *ghadhab*).<sup>8</sup> Potensi-potensi ruhaniah tersebut harus berkorelasi dengan baik satu sama

---

<sup>7</sup> Hasyim Muhammad, *Dialog antara Tasawuf dan Psikologi: Telaah atas Pemikiran Psikologi Humanistik Abraham Maslow*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 2002), hlm. 113.

<sup>8</sup> Ubaidillah Ahmad, "Kritik Psikologi Sufistik Terhadap Psikologi Modern: Studi Komparatif Pemikiran Al-Ghazali dan Descartes (Upaya Memperkuat Bangunan Konseling Islam), *Jurnal Konseling Religi*, (Vol. 4, No. 1, Juni 2013), hlm. 83.

lain. Dalam artian, untuk memunculkan perilaku yang baik dan positif, substansi ruhaniah manusia harus bekerja secara seimbang. Dengan begini, manusia dapat dengan mudah mencapai tujuan utamanya, yaitu kebahagiaan dan kama'rifatan atas realitas transcendental (*al-hadrah al-ilahiyah*).

Dalam penelitian ini, akan digunakan kajian substansi ruhaniah manusia dalam diskursus psikologi sufistik menurut paradigma keilmuan Imam al-Ghazali untuk mengkaji fanatisme remaja terhadap musik populer Korea. Karena pada dasarnya, kajian tentang fanatisme berada dalam lingkup pembahasan psikologi. Yang mana psikologis seseorang dalam kajian psikologi sufistik erat kaitannya dengan substansi ruhaniah yang ada di dalam diri manusia. Sebagaimana telah disinggung sebelumnya, keadaan substansi ruhaniah seseorang akan terefleksi dalam perilaku jasmani yang tampak. Sehingga, dalam penelitian ini perilaku-perilaku fanatik yang ditunjukkan remaja EXO-L merupakan refleksi dari keadaan substansi ruhaniah yang ada di dalam dirinya.

Dalam *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*, Henry Jenkins menyebutkan tujuh tipikal penggemar dari analisisnya terhadap perilaku para “Trekkies” dalam menggilai Star Trek.

*This much-discussed sketch distills many popular stereotypes about fans. Its “Trekkies”: (a) are brainless consumers who will buy anything associated with the program or its cast ...; (b) devote their lives to the cultivation of worthless knowledge ...; (c) place*

*inappropriate importance on devalued cultural material ...; (d) are social misfits who have become so obsessed with the show that it forecloses other types of social experience ...; (e) are feminized and/or desexualized through their intimate engagement with mass culture ...; (f) are infantile, emotionally and intellectually immature ...; (g) are unable to separate fantasy from reality.*<sup>9</sup>

Ketujuh tipikal penggemar tersebut pada dasarnya juga ditunjukkan oleh EXO-L dalam menggilai EXO. Dengan membandingkan obsesi Trekkies, peneliti menemukan bahwa EXO-L:

1. Rela membeli apapun yang berhubungan dengan idola.

Penjualan album EXO mampu menembus angka tinggi hingga mencetak beberapa rekor penjualan album. Dimulai dari album “XOXO”, “EXODUS”, “Love Me Right”, dan terakhir album *full-length* ketiga “EX’ACT” dan *repackage* album ketiga “Lotto” yang terjual sebanyak 1.170.000 kopi lebih dalam kurun waktu dua bulan.<sup>10</sup> Hal ini membuktikan bahwa EXO-L adalah salah satu kategori penggemar yang rela membeli apapun yang berhubungan dengan EXO. Ketiga subjek juga menunjukkan perilaku serupa. Subjek pertama gemar membeli majalah dan *merchandise* seperti gantungan kunci. Ia bahkan sering terinspirasi oleh EXO ketika membuat

---

<sup>9</sup> Henry Jenkins, *Textual Poachers* ..., hlm. 10.

<sup>10</sup> <http://m.okeone.com/read/2016/0818/205/1467047/exo-raup-kesuksesan-lewat-penjualan-album-lotto>. Diakses pada 4 November 2016.



kreasi seni rupa di sekolah.<sup>11</sup> Subjek kedua rela menyisihkan uang saku untuk mengikuti *event* Korea, *hunting* makanan Korean bersama teman, membeli jaket *varsity*, kaos, jam tangan, hingga album-album EXO. Pembelian album ini didasari keinginan subjek untuk memiliki *photobook* dan *photocard* EXO yang ada di dalam album tersebut.<sup>12</sup> Sementara subjek ketiga meminta uang kepada orang tua untuk membeli beberapa *merchandise*, kaos, dan tas EXO. Ia mengaku sempat marah-marah kepada ayahnya lantaran tidak dibelikan majalah yang memberitakan EXO.<sup>13</sup>

2. Menghabiskan hidup mereka untuk mengolah pengetahuan yang kurang bermakna.

Sebagai sebuah *boy band* dengan 12 anggota, orang akan sulit mengenali dan menghafal kepribadian setiap anggotanya. Tapi hal ini tidak berlaku bagi para subjek. Mereka dengan cepat menghafal nama tiap *member* EXO beserta tanggal lahir, kesukaan, kebiasaan, hobi, dan banyak lagi. Mereka juga dengan sengaja menghafal lirik lagu, mengikuti kegiatan keseharian, menonton film, *variety show*, drama yang dimainkan *member* EXO, dan banyak lagi. Kegiatan ini membuat durasi akses media subjek melebihi durasi pengguna media pada umumnya. Subjek pertama mengakses media

---

<sup>11</sup> Wawancara dengan subjek pertama pada 11 Juni 2016.

<sup>12</sup> Wawancara dengan subjek kedua pada 28 Agustus 2016.

<sup>13</sup> Wawancara dengan subjek ketiga pada 19 Februari 2016.

sebanyak 4 jam per hari, subjek kedua sebanyak 10 jam per hari, sementara subjek ketiga sebanyak 7 jam per hari. Di dalam situs yang diikuti di situs jejaring sosial, subjek ikut aktif bergabung dalam forum penggemar seperti *fan page* dan melakukan aktivitas penggemar dengan mengikuti *fan gathering*, *fan project*, konsumsi dan produksi *fan fiction*, *cover dance*, dan lain-lain.

3. Menempatkan kepentingan tak layak pada materi-materi budaya yang tidak bernilai.

Tipikal ini bisa digambarkan dengan ungkapan “EXO hanya sebuah *boy band!*” Namun, bagi EXO-L, EXO sudah menjadi bagian dari diri mereka. Mereka rela mendedikasikan waktu, pikiran, dan perasaan untuk menyukai EXO. Subjek ketiga misalnya, ia akan merasa sedih dan kecewa ketika EXO tidak memenangkan *awards* tertentu, bahagia ketika EXO mengeluarkan lagu baru dan membawa trofi kemenangan, juga merasa tidak senang ketika *member* EXO memiliki kekasih di kehidupan nyata.<sup>14</sup> Subjek juga tak segan memberikan *voting* agar EXO memenangkan *awards* tertentu dan melakukan pembelaan terkait pernyataan EXO yang tidak memiliki talenta.

---

<sup>14</sup> Wawancara dengan subjek ketiga pada 2 September 2016.

4. Obsesi terhadap K-pop menyita bentuk-bentuk pergaulan sosial lain.

Penggemar tidak memiliki kehidupan tanpa terlepas dari kefanatikan mereka. Secara sosial, mereka adalah orang-orang aneh yang akan berteriak histeris ketika membicarakan idola dimana pun tempatnya. Terlebih ketika mereka tengah berkumpul dengan sesama penyuka K-pop. Subjek kedua yang selalu *heptic* mengenai K-pop mengaku sering cuek dengan lingkungan sekitar jika sudah fokus pada dunia kepenggemarannya.<sup>15</sup> Dalam kehidupan keseharian pun para subjek selalu menyelipkan ungkapan Korea dalam percakapan, memikirkan idola, mendengarkan musik Korea, dan banyak lagi. Mereka tidak bisa melepaskan diri dari kecintaannya terhadap EXO sehingga waktu mereka dihabiskan untuk mengilahi EXO dengan terus mengonsumsi teks budaya di dalam media.

5. Ikatan intim dengan budaya massa membuat penggemar terisolasi dari lingkungan.

Studi tentang *fans* dan *fandom* tidak memandang kombinasi gender, usia, dan perbedaan-perbedaan umum lainnya. Dengan menyukai objek tertentu (*band*, artis, olahraga, musik, dan lainnya), mereka disatukan dengan satu nama, yaitu penggemar, tidak peduli laki-laki atau perempuan. Menurut Jenson, patologi penggemar ditunjukkan dengan dua tipe khas;

---

<sup>15</sup> Wawancara dengan subjek kedua pada 28 Agustus 2016.

individu yang terobsesi (biasanya laki-laki) dan kerumunan histeris (biasanya perempuan).<sup>16</sup> Orang-orang akan mendapati penggemar sebagai orang yang aneh dalam kaitannya dengan obsesi mereka terhadap objek kesukaan. Hal ini jugalah yang terjadi dengan para subjek. Ikatan yang dimiliki dengan budaya penggemar K-pop membuat mereka merasa terisolasi dari orang-orang yang tidak memahami arti dari menjadi “penggemar”. Sehingga wajar apabila ketiga subjek mengaku lebih nyaman berkumpul dengan sesama penggemar K-pop karena objek kesukaan yang sama dan obrolan yang sejalan. Menanggapi pandangan-pandangan negatif dari lingkungan, subjek ketiga mengatakan bahwa mereka yang tidak menyukai K-pop hanya menghakimi tanpa alasan yang jelas. Baginya, menyukai K-pop membuatnya lebih termotivasi untuk bekerja keras mencapai cita-cita. Dengan menjadi penggemar berarti ia menghargai usaha idola untuk mencapai kesuksesan.<sup>17</sup>

6. Bersifat kekanakan, tidak dewasa secara emosional dan intelektual.

Penggemar adalah mereka yang tidak dewasa secara emosi dan intelektual. Beberapa sikap yang ditunjukkan subjek mengindikasikan bahwa mereka sangat kekanak-kanakan dalam menunjukkan rasa cinta terhadap EXO. Selain emosi

---

<sup>16</sup> John Storey, *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2003), hlm. 153.

<sup>17</sup> Wawancara dengan subjek ketiga pada 2 September 2016.

subjek yang berubah seiring konten yang dikonsumsi, subjek juga menunjukkan sikap posesif dengan perasaan tidak senang ketika *member* EXO melakoni *kiss scene* atau mempunyai kekasih di kehidupan nyata. Mereka juga tak segan menunjukkan pembelaan ketika ada pemberitaan negatif tentang EXO dan *fandom* EXO-L. Budaya *fan war* antar *fandom* merupakan salah satu contoh nyata bagaimana penggemar membela idolanya mati-matian. EXO-L yang sering dilabeli anarkis, labil, dan alay hingga sering memicu *fan war* ditanggapi subjek dengan pernyataan bahwa *fandom* lainlah yang lebih dulu menghina EXO. Meski mengaku tidak pernah terlibat dalam *fan war*, para subjek nyatanya sering berkomentar di dalam artikel yang menulis berita buruk tentang EXO. Mereka seringkali menuliskan keberatannya terhadap berita-berita tersebut di sosial media.

7. Tidak mampu memisahkan fantasi dengan realita.

Hal ini erat kaitannya dengan proses pemaknaan yang dilakukan penggemar. Budaya konsumsi teks budaya K-pop membuat subjek hidup di dalam dunia yang ia ciptakan sendiri bersama artis idolanya. 'Dunia' ini terlepas dari realita karena berisi khayalan untuk memenuhi kerinduan terhadap idola yang tidak bisa mereka temui secara langsung. Salah satu cara yang dilakukan penggemar untuk memenuhi kerinduannya adalah dengan memproduksi *fan fiction*. Menurut penuturan subjek kedua, dengan menulis *fan fiction* ia bisa membuat

idolanya menjadi sosok apapun yang ia suka.<sup>18</sup> Wujud lain dari ketidakmampuan penggemar memisahkan fantasinya dengan realita adalah adanya *sasaeng fans* yang berlaku ekstrem dan gila untuk memenuhi obsesinya terhadap idola.

Tipikal-tipikal penggemar di atas secara garis besar menunjukkan bahwa fanatisme terhadap K-pop memengaruhi subjek secara internal dan eksternal. Fanatisme memengaruhi diri subjek secara internal sehubungan dengan ketidaktepatan penggunaan emosi (*nafs syahwaniyah* dan *ghadhabiyah*) dan rasionalitas (*aql*). Konsep ini sesuai dengan pendapat Jenkins bahwa penggemar digambarkan memiliki emosi yang tidak stabil (*emotionally unstable*) dan tidak mampu menyinergikan diri dengan realitas (*out of sync with reality*). Sedangkan fanatisme berpengaruh secara eksternal terkait hubungan subjek dengan lingkungan sekitar. Dalam hal ini, Jenkins menggambarkan penggemar dengan ketidakmampuan menyesuaikan diri dengan lingkungan (*socially maladjusted*).<sup>19</sup>

Data penelitian menunjukkan bahwa salah satu alasan subjek tetap setia menjadi penggemar adalah adanya dorongan faktor internal yang berasal dari dalam diri subjek sehubungan dengan rasa senang dan puas yang didapatkan ketika mengonsumsi teks budaya pop Korea. Dari sini diketahui bahwa motif responden melakukan aktivitas penggemar adalah untuk

---

<sup>18</sup> Wawancara dengan subjek kedua pada 21 Agustus 2016.

<sup>19</sup> Henry Jenkins, *Textual Poachers* ..., hlm. 13.

memenuhi kebutuhan afeksi dan emosi di dalam dirinya. Dalam pandangan Iman al-Ghazali, dorongan-dorongan emosional erat kaitannya dengan potensi *nafs* yang ada di dalam diri manusia. *Nafs* merupakan wadah dari *syahwat* yang selalu mengejar kesenangan dan *ghadhab* yang dipenuhi perasaan marah, benci, dan dendam. Adanya kepuasan dan kesenangan yang didapat dari aktivitasnya menjadi penggemar membuat jiwa penggemar didominasi oleh *nafs syahwaniyah*. *Syahwat* selalu mengindikasikan manusia untuk mengejar kepuasan dan kesenangan yang didamba tanpa mengindahkan pertimbangan akal dan hati nurani. Kepuasan emosional ini didapat subjek penelitian dengan membeli segala produk yang berhubungan dengan EXO; mengonsumsi segala informasi tentang EXO seperti menghafal tanggal lahir, hobi, kesukaan, kebiasaan setiap *member*; bergabung di dalam *fandom*; mengikuti segala bentuk aktivitas penggemar seperti bergabung dalam *fan page*, *fan gathering*, *fan project*, konsumsi dan produksi *fan fiction*, *cover dance*, dan banyak lagi; hingga menggunakan media dengan durasi di atas rata-rata. Perilaku-perilaku ini merupakan cara yang dilakukan subjek untuk menyalurkan emosi dan obsesi terhadap artis idola. Meski sebenarnya aktivitas ini menunjukkan obsesi yang berlebih karena subjek mendedikasikan waktu, pikiran, dan perasaan pada hal-hal yang kurang bermakna.

Keterlibatan emosi lainnya ditunjukkan subjek penelitian dengan ketidakmampuan mengontrol emosi ketika tengah bergulat

dalam aktivitasnya sebagai penggemar. Kecintaan terhadap artis idola terkadang menimbulkan perasaan *excited* yang luar biasa hingga perasaan histeris. Histeria merupakan suatu keadaan di mana emosi seseorang sangatlah kuat sehingga bisa berperilaku di luar kendali. Data yang diperoleh dari wawancara menunjukkan bahwa emosi subjek penelitian akan berubah sesuai dengan konten yang dibacanya. Subjek akan tersenyum, tertawa, hingga berteriak histeris ketika sedang *stalking* berita tentang EXO. Subjek ketiga mengaku bahwa suatu ketika ia akan merasa *excited* dan bahagia luar biasa ketika EXO mencetak rekor-rekor baru dan memenangkan penghargaan; atau ketika mereka menunggu jadwal EXO akan *come back* dan melakukan serangkaian promosi. Perasaan bahagia ini berganti dengan kecewa ketika mengetahui EXO tidak memenangkan *awards* tertentu, padahal ia sudah membantu dengan memberi *voting*. Perasaan lain yang muncul adalah sedih, yaitu ketika ia tahu bahwa personel EXO memiliki kekasih atau sekedar mendapat *kiss scene* di dalam drama yang diperankannya.<sup>20</sup>

Subjek selalu membagi emosi yang sama dengan artis idola. Ketika Kris, Luhan, dan Tao hengkang dari EXO misalnya, ketiga subjek dilanda kesedihan luar biasa hingga memengaruhi aktivitas keseharian mereka. Mereka bahkan menangis berkali-kali dengan kenyataan bahwa beberapa personel EXO keluar dari grup di saat mereka tengah dilanda perasaan cinta kepada mereka. Jika ditilik

---

<sup>20</sup> Wawancara dengan subjek ketiga pada 2 September 2016.



secara lebih dalam, pada dasarnya subjek penelitian menunjukkan perilaku yang tidak realistis di mana ikatan perasaan dengan idola terbawa ke dalam kehidupan nyata. Hal semacam ini terjadi karena penggemar menggambarkan intimasi mereka dengan idola sebagai suatu hubungan yang memiliki perasaan yang sama, seakan-akan mereka adalah satu tubuh. Penggemar dan idola adalah satu, bukan *other*.<sup>21</sup> Salah satu hal yang dilakukan subjek untuk memenuhi kerinduan terhadap idola yang tidak mampu ditemuinya secara langsung adalah dengan memproduksi cerita fiksi penggemar atau *fan fiction*. Menurut penuturan subjek kedua dan ketiga, dengan menulis *fan fiction* mereka merasa lebih dekat dengan idola. Mereka juga memiliki kebebasan untuk menentukan karakter idola sesuai dengan keinginan.

Karena keterlibatan langsung dengan budaya penggemar, subjek seringkali menunjukkan sisi emosional yang kekanakan dan tidak stabil. Hal ini bisa dilihat dari hasil observasi dalam beberapa *event* Korea di mana peneliti mendapati ketika *cover dancer* atau *cover singer* sedang tampil, para penggemar akan bertepuk tangan, berteriak, menyemangati dengan ikut bernyanyi dan mengikuti gerakan tarian. Contoh lain bisa dilihat dari antusiasme tinggi yang ditunjukkan subjek ketika peneliti memunculkan topik tentang EXO di saat wawancara. Namun ketika topik diganti dengan berita negatif tentang K-pop sebagai perusak moral bangsa; EXO yang disebut tidak memiliki talenta;

---

<sup>21</sup> William W. Kelly, *Fanning the Flames ...*, hlm. 44.

dan EXO-L yang dicap labil, anarkis, dan sering memicu *fan war*; subjek langsung menunjukkan perilaku posesif dan agresif dengan menunjukkan pembelaan. Dari penuturan ketiga subjek penelitian, mereka mengaku pernah terlibat adu mulut dengan penggemar dari *fandom* lain. Subjek pertama misalnya, ia sering memberi komentar pada artikel yang memberitakan negatif tentang EXO. Dari hasil dokumentasi di sosial media, peneliti menemukan banyak umpatan dan kata-kata kasar yang dilontarkan para penggemar yang terlibat dalam *fan war*. *Fan war* menjadi semakin besar ketika satu penggemar menimpali perkataan penggemar lain dengan emosi yang tinggi dan kata-kata hinaan yang kasar. Menanggapi isu tentang *fan war*, subjek mengatakan jika budaya tersebut sudah lazim terjadi dalam dunia penggemar karena banyaknya *fandom* di dalam K-pop.

Bukti lain adanya perilaku agresif penggemar adalah adanya penggemar fanatik. Dalam budaya penggemar K-pop, penggemar fanatik disebut dengan istilah *sasaeng fans*. Beberapa kasus *sasaeng fans* yang pernah terjadi dalam *fandom* EXO-L misalnya seorang penggemar berusaha menerobos masuk kamar hotel Lay EXO, menjual celana dalam D.O EXO di media sosial, membuat mobil van yang sama persis dengan mobil van EXO agar personil-personil EXO masuk ke dalam mobil yang salah, dan masih banyak lagi. Julie Burchill, dalam Jenkins, mengatakan bahwa penggemar jenis ini ada karena dari perasaan cinta, muncul perasaan baru di mana penggemar fanatik ingin memiliki atau

masuk ke dalam kehidupan artis idolanya. Di sisi lain, mereka sadar tidak memiliki daya untuk melakukan hal tersebut. Dorongan untuk memenuhi obsesi ini lantas membuat penggemar fanatik berani melakukan hal-hal di luar batas kewajaran.<sup>22</sup>

*Kedua*, fanatisme terhadap K-pop memengaruhi hubungan subjek dengan lingkungan sekitar. Sikap subjek yang tidak dewasa dalam menunjukkan kecintaan terhadap idola membuat mereka tidak mampu menyesuaikan diri secara sosial (*socially maladjusted*). K-pop yang sudah menyita banyak perhatian para subjek membuat mereka cenderung bersikap tak acuh dan tak peduli dengan lingkungan sekitar. Mereka terlalu sibuk dan terfokus dengan dunianya sendiri sebagai penggemar, terlebih ketika tengah mengakses media. Secara tidak langsung, konsumsi teks budaya K-pop secara terus menerus semacam ini akan memengaruhi cara penggemar bersikap dalam kehidupan keseharian. Subjek terbiasa menyelipkan ungkapan-ungkapan berbahasa Korea dalam percakapan sehari-hari. Dari sini, muncul suatu *gap* antara subjek dengan lingkungan sosial di mana cara subjek bersikap dan berkomunikasi terkadang tidak dimengerti atau justru tidak diterima oleh lingkungannya. Lingkungan sekitar seringkali mengkritik dan menganggap mereka aneh. Stereotip penggemar selalu direpresentasikan sebagai *'other'* atau *'liyan'*.

---

<sup>22</sup> Henry Jenkins, *Textual Poachers ...*, hlm. 14.

Penggemar yang terobsesi dan histeris dipandang berbeda dengan 'kita' (masyarakat umum) yang waras dan terhormat.<sup>23</sup>

Penggemar, yang kebanyakan adalah remaja, memiliki sifat sensitif dan reaktif yang kuat. Ketika kecintaan mereka terhadap K-pop dikritik atau dihina, mereka akan merasa tersinggung sehingga melakukan pembelaan. Adanya 'penolakan' dari lingkungan dengan menganggap penggemar sebagai sosok 'liyan' sebenarnya justru membuat mereka lebih menenggelamkan diri dalam dunia penggemar. Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, ikatan gairah antar penggemar di dalam *fandom* mampu memberanikan anggotanya melakukan hal yang tidak bisa mereka lakukan secara individu<sup>24</sup> tanpa peduli itu baik atau buruk. Hal-hal yang sudah lazim di dunia penggemar menjadi sesuatu yang dianggap layak untuk dilakukan karena sudah menjadi bagian dari budaya. Sebut saja budaya mengonsumsi dan memproduksi *fan fiction* bergenre *yadong* dan *yaoi*. Sebagaimana telah dijelaskan pada bab sebelumnya, kedua genre tersebut adalah genre porno yang seringkali menyuguhkan aktivitas intim hingga aktivitas seksual secara gamblang. Subjek menganggap budaya tersebut sah-sah saja lantaran sudah menjadi semacam adat di dalam budaya penggemar K-pop. Konsumsi dan produksi

---

<sup>23</sup> John Storey, *Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction*, (United Kingdom: Longman, 2008), hlm. 157-158.

<sup>24</sup> William W. Kelly, *Fanning the Flames ...*, hlm. 45.

*fan fiction* dilakukan untuk melepaskan kerinduan terhadap idola yang tidak mampu mereka temui secara langsung.

Subjek kedua dan ketiga mengaku sudah terbiasa mengonsumsi genre *yadong* dan *yaoi*. Subjek ketiga yang mengonsumsi genre tersebut sejak berumur 12 tahun mengaku sempat ‘ketagihan’ untuk membacanya.<sup>25</sup> Dari observasi yang peneliti lakukan di media sosial, peneliti juga menemukan bahwa selain membaca, banyak penggemar remaja yang juga memproduksi *fan fiction* genre *yadong* dan *yaoi*. Hal ini menunjukkan bahwa penggemar telah terlibat jauh dalam tindak penyimpangan yang lazim dilakoni di dunia penggemar. Keterlibatan penggemar dalam konsumsi dan produksi *fan fiction* genre *yadong* dan *yaoi* serta perilaku agresif di dalam *fan war*, mengumpat dan mencaci menunjukkan bahwa penggemar cenderung melakukan hal-hal yang menyimpang dari norma.

Jiwa manusia bersifat potensial. Manusia memiliki kecenderungan untuk membedakan antara kebaikan dan keburukan namun juga sangat rentan terhadap dorongan-dorongan yang bersifat eksternal. Dari penjabaran perilaku fanatik subjek di atas, dapat diketahui bahwa subjek tidak memiliki kestabilan dan pengaturan emosi yang baik dalam menggemari *boy band* EXO. Perilaku-perilaku tersebut menunjukkan adanya dorongan *nafs syahwaniyah* dan *ghadhabiyah* yang tidak terkontrol di dalam diri subjek. *Nafs syahwaniyah* terkait keinginan subjek untuk selalu

---

<sup>2525</sup> Wawancara dengan subjek ketiga pada 19 Februari 2016.

mengejar kepuasan dan kesenangan dari aktivitas penggemar. Sedangkan *nafs ghadhabiyah* terkait perilaku agresif yang mereka tunjukkan dalam membela EXO dan keterlibatan di dalam *fan war*.

Kecenderungan *syahwat* dan *ghadhab* di dalam diri subjek tidak didasarkan pada efektifitas dan ketepatan penggunaan emosi. Subjek, sebagai remaja, memang dituntut untuk memiliki kontrol yang baik atas perilakunya karena sifat mereka yang sensitif, reaktif, dan emosi yang bersifat fluktuatif. Namun, keterlibatan dengan budaya penggemar membuat emosi subjek menjadi tidak stabil dan mudah berubah sesuai dengan konten yang dikonsumsi di dalam budaya massa. Kecintaan berlebih terhadap idola mendorong mereka untuk bertingkah agresif seperti melakukan pembelaan dan terlibat dalam *fan war*. Di sini terlihat jika *nafs ghadhabiyah* juga mengambil peran dalam kefanatikan para subjek terhadap K-pop.

Keinginan mengejar kepuasan dan kesenangan membuat subjek mengesampingkan pertimbangan *aql* hingga menghabiskan waktu pada hal-hal yang kurang bermanfaat seperti menghafal tanggal lahir *member* EXO, kebiasaan, kesukaan, dan kegiatan keseharian mereka. Subjek sadar jika kegiatan yang mereka habiskan untuk *stalking* idola melalui media seringkali membuat mereka lupa waktu. Subjek kedua bahkan mengaku waktu tidurnya berkurang ketika ia rajin membuka media untuk mengonsumsi teks media. Nilai bahasa Inggris subjek juga menurun lantaran ia lebih menyukai bahasa Korea setelah

mengenal K-pop. Hal ini mengindikasikan bahwa subjek tidak berpikir secara rasional ketika bergulat dengan dunia kepenggemaran. Kecenderungan pemenuhan *syahwat* ini nyatanya juga berdampak buruk pada diri subjek. Namun, mereka tetap mengabaikan hal tersebut demi nama ‘kepuasan’ yang diinginkan.

Rasio manusia berfungsi untuk memahami dan memutuskan apa yang baik dan buruk untuk dirinya maupun lingkungan. Efektifitas dan ketepatan penggunaan rasio akan memunculkan perilaku yang terkontrol karena perannya sebagai penentu standar kebaikan berjalan sebagaimana mestinya. Manusia yang cerdas secara intelektual akan memahami secara jernih bagaimana pencapaian kebenaran tertinggi yang disebut keutamaan (*virtue*) dan kebahagiaan tidak terdistorsi oleh kekuasaan *nafs* dan bisikan penggoda dari luar.<sup>26</sup> Sayangnya, dominasi *nafs* dalam diri subjek telah mengancam keberadaan potensi lain seperti *aql*, *qalb*, dan *ruh*. Kemenangan atas kesewenangan potensi *nafs syahwaniyah* dan *ghadhabiyah* akan menghancurkan keseimbangan potensi ruhaniah. Di mana keseimbangan pertumbuhan jasmaniah dan keseimbangan perkembangan potensi ruhaniah manusia—yang menjadi syarat utama tercapainya kebahagiaan dan kema’rifatan atas realitas transcendental—menjadi terganggu.

Dalam hal ini, penggemar tidak mampu menyeimbangkan potensi psikis yang ada di dalam dirinya. Mereka terus

---

<sup>26</sup> Ubaidillah Ahmad, “Kritik Psikologi Sufistik ...”, hlm. 85.

menyalakan lampu hijau untuk *syahwat* dan *ghadhab*-nya sehingga laju potensi *nafs* dalam menguasai diri mereka menjadi semakin cepat dan tidak terkendali. Tujuan utama *nafs* untuk mengejar kesenangan menjadi terminal akhir bagi para penggemar. Sementara *aql* hanya diberi rambu lampu kuning. Suatu ketika, penggemar akan sadar jika kecintaannya terhadap idola terkadang membawa dampak negatif bagi dirinya. Namun karena *nafs* sudah melaju jauh di depan, kuasa *aql* atas diri penggemar menjadi terkalahkan. Hingga akhirnya, *qalb* akan berhenti di tempat karena telah terblokir lampu merah. Potensi *qalb* untuk mengetahui Allah SWT (*ma'rifat*) dan menyaksikan keindahan wajah-Nya (*musyahadah*) menjadi terhalang rapat.

Karena pentingnya keseimbangan potensi-potensi yang dimiliki, manusia memerlukan pengendalian yang baik atas dirinya. Kesewenangan atas potensi *nafs syahwaniyah* dan *ghadhabiyah* di dalam diri manusia akan berimbas pada ketidakseimbangan pertumbuhan fisik dan perkembangan psikis. Untuk itu, *nafs* harus dikendalikan dengan baik agar kesadaran psikis manusia terekspresikan dalam sikap positif. Sebaliknya, *nafs* yang tidak dapat dikendalikan dengan baik membuat kesadaran psikis manusia terekspresikan dalam sikap jasmani yang negatif.

Selain *nafs* yang mudah menguasai jiwa, manusia juga mudah menerima rangsangan-rangsangan yang bersifat eksternal, di mana kondisi lingkungan yang melingkupi mampu



membelokkan manusia ke jalan kesesatan.<sup>27</sup> Menilik dari penyimpangan yang penggemar lakukan, beberapa perilaku yang ditunjukkan cenderung mengesampingkan nilai-nilai moral. Mengapa demikian? Dengan menggunakan teori Kohlberg, perkembangan moral penggemar berada dalam tahap 2 (*individualism and purpose*) dan tahap 3 (*interpersonal norm*). Perilaku moral tahap 2 didasarkan pada penghargaan dan ketertarikan pribadi. Sementara pada tahap 3, penalaran moral didasarkan pada kepercayaan, kesetiaan, dan kepedulian terhadap orang lain.<sup>28</sup> Subjek menjadi penggemar karena *self-interest* terhadap K-pop dan pada akhirnya menunjukkan loyalitas dan kepedulian terhadap kelompok penggemarnya, yaitu EXO-L. Penggemar cenderung melakukan segala bentuk aktivitas penggemar yang biasa dilakukan sesama penggemar lain dalam lingkup *fandom*. Apa yang menjadi tradisi atau budaya penggemar K-pop, sebisa mungkin juga dilakukan oleh seorang penggemar meskipun itu melanggar norma atau aturan moral. Di sinilah pengaruh teman satu kelompok sangat kuat.

Dalam melakukan aktivitas penggemar, media utama yang digunakan adalah internet. Budaya populer yang dihadirkan melalui media massa ini membentuk khalayak budaya massa yang

---

<sup>27</sup> Hasyim Muhammad, *Dialog antara Tasawuf dan Psikologi ...*, hlm. 113.

<sup>28</sup> Jann Gumbiner, *Adolescent Assesment ...*, hlm. 34.

disebut dengan masyarakat massa.<sup>29</sup> Di dalam masyarakat massa, terjadi kemunduran tatanan moral di mana kontak antar individu di dalamnya bersifat kontraktual dan formal. Ketiadaan aturan moral yang memadai ini membuat masyarakat massa tidak memiliki rasa nilai-nilai moral yang tepat. Yang muncul kemudian adalah kesiapan amoral individualisme rasional dan *anomie* (ketidakterarahan) sekuler terkait dengan konsumsi massa dan budaya massa yang akan meruntuhkan dan menggeserkan kepastian religius dan kebenaran komunal.

Penggemar menjadi salah satu contoh masyarakat massa yang terkena dampak manipulasi dan eksploitasi budaya populer dan media massa. Segala bentuk aktivitas penggemar yang dihadirkan dalam media massa menjadi acuan penggemar dalam bertingkah laku. Penggemar tidak lagi memedulikan peraturan agama dan peraturan moral. Karena di sini, media massa mengambil peran sebagai moral pengganti dan palsu. Apa yang dihadirkan di dalam media massa sebagai ‘budaya’ penggemar menjadi ‘aturan moral’ baru yang harus dilakukan individu, mengingat dirinya adalah seorang penggemar. Ketiadaan aturan moral yang mengikat di dalam budaya massa yang direpresentasikan melalui budaya penggemar ini menjadi salah satu alasan para remaja ‘berani’ melakukan hal-hal yang cenderung melanggar nilai-nilai moral.

---

<sup>29</sup> Dominic Strinati, *Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*, (Yogyakarta: Narasi-Pustaka Prometheus, 2016), hlm. 9

Dalam psikologi sufistik, kepribadian manusia dibagi ke dalam tiga tingkatan. Pertama, kepribadian *muthmainnah* (jiwa yang tenang) yang telah dihiasi dengan akhlak mulia dan telah terbuka berbagai petunjuk Allah (*kasyf*), kepribadian *lawwamah* (jiwa yang penuh dengan penyesalan) yang belum mampu mengekang hawa nafsu yang membawanya ke dalam keburukan, dan kepribadian *amarah* (jiwa yang memerintah) yang memiliki kekuatan pendorong naluri sehingga belum mampu membedakan antara yang baik dan buruk.<sup>30</sup> Dari ketiga tingkatan kepribadian ini, penggemar fanatik masuk ke dalam kategori kepribadian *amarah*. Jiwa penggemar telah diliputi oleh dorongan untuk memenuhi *nafs shahwaniyah* dan *nafs ghadhabiyah* untuk selalu mengejar kepuasan dan kesenangan dengan melakukan aktivitas penggemar. Perasaan cinta yang berlebihan terhadap idola telah menutupi akal dan mata hati penggemar. Rasulullah Saw bersabda:

أَحِبِّ حَبِيبَكَ هَوْنًا، عَسَىٰ أَنْ يَكُونَ بَغِيضًا يَوْمًا وَأَبْغِضْ بَغِيضَكَ  
هَوْنًا، عَسَىٰ أَنْ يَكُونَ حَبِيبًا يَوْمًا

Cintailah kekasihmu (secara) sedang-sedang saja, siapa tahu di suatu hari nanti dia akan menjadi musuhmu, dan bencilah orang yang kau benci (secara) biasa-biasa saja, siapa tahu suatu hari nanti dia akan menjadi kecintaanmu. (HR. Turmudzi)

Selain memiliki *fitrah* untuk menjadi baik, manusia juga memiliki kebebasan untuk berkehendak. Apakah ia akan memilih maju (*progression choice*) mengikuti *growth motivation* atau

---

<sup>30</sup> Said Hawwa, *Pendidikan Spiritual*, (Yogyakarta: Mitra Pustaka, 2006), hlm. 30-31.

mundur (*regression choice*) mengikuti kebutuhan rendah (*deficiency need*). Pilihan ini nantinya akan membawa perubahan pada perilaku psikologis manusia. Allah SWT berfirman:

... إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ

Sesungguhnya Allah tidak merubah Keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. (QS. ar-Ra'd [13]: 11)

Dorongan-dorongan di dalam diri manusia bersifat dinamis. Jika entitas *nafs* dilatih secara benar, maka yang akan tumbuh adalah perilaku baik. Jika tidak dikendalikan, maka yang akan mendominasi adalah dorongan kejahatan. Oleh karenanya, aktualisasi diri dalam wujud perilaku sangat bergantung pada daya upaya yang dilakukan, misalnya *riyadhah*, *takhalli*, dan *tahalli*. Latihan-latihan ini diharapkan mampu membawa implikasi positif pada pembentukan kepribadian bermoral.

Dalam mewujudkan hal ini, orang tua memiliki tugas untuk memberikan pendidikan moral pada anaknya agar tumbuh kesadaran di dalam diri mereka untuk berperilaku baik. Karena tidak dipungkiri, remaja masih membutuhkan bimbingan dan pengawasan orang tua dalam mengembangkan potensi *nafs* guna membentuk kepribadian remaja yang bermoral. Struktur nilai berupa wahyu, ajaran-ajaran, atau norma-norma yang menjadi alat pengontrol bagi kecenderungan nafsu harus ditanamkan dalam jiwa mereka sejak kecil. Dengan begitu—sesuai tujuan psikologi sufistik, remaja akan menyadari hakikat dirinya dan senantiasa

melakukan evaluasi. Karena remaja, dalam Islam, sudah memasuki masa *baligh* di mana mereka memiliki tanggung jawab terhadap agama dan sosial. Ketika kesadaran tersebut sudah muncul, maka perilaku pelanggaran moral atau hal-hal lain yang tidak patut dilakukan akan dihindari dengan sendirinya. Karena peraturan moral tidak lagi ditentukan oleh orang tua atau lingkungan, tapi sudah tumbuh di dalam dirinya.

Sebagaimana telah dijelaskan pada bab 3, penggemar memiliki karakteristik atau tipikal yang berbeda di dalam menunjukkan kefanatikan mereka. Tiga karakteristik tersebut antara lain *below average fangirl*, *average fangirl*, dan *above average fangirl*. Dalam penelitian ini, tiga subjek penelitian masuk ke dalam kategori *average fangirl* atau penggemar rata-rata. Mereka tidak melakukan hal-hal ekstrem dan gila seperti yang dilakukan penggemar *sasaeng*, namun sedikit berlebihan dalam obsesinya terhadap artis idola. Tingkat sensitivitas mereka lumayan tinggi sehingga mudah tersinggung dan terkadang berkata kasar ketika menanggapi berita negatif tentang idola. Meski demikian, mereka sadar bahwa mereka memiliki obsesi berlebihan dan kurang bersikap dewasa akan hal itu.

Sebagai catatan, fanatisme yang ditunjukkan remaja tidak melulu menunjukkan hal yang negatif. Sebagaimana ungkapan Kalmer Marimaa, "*Fanaticism is not always a negative phenomenon.*" Fanatisme bisa saja dikategorikan baik atau buruk tergantung dari bagaimana dan untuk alasan apa seseorang

berperilaku fanatik.<sup>31</sup> Dalam kasus fanatisme remaja terhadap K-pop, peneliti menemukan beberapa hal positif dalam aktivitas penggemar, antara lain:

1. Motivasi yang didapat dengan mencontoh kegigihan artis idola

Sebut saja subjek ketiga yang mengaku termotivasi dengan perjuangan idolanya untuk menjadi artis. Dari kecintaannya terhadap K-pop, subjek ketiga mengaku termotivasi untuk belajar budaya dan bahasa negara lain.

2. Aktivitas pemberdayaan diri sebagai penggemar

Contoh selanjutnya adalah kegiatan menulis cerita fiksi yang dilakukan subjek kedua. Kegemarannya ini memberikan dampak positif terkait semangat yang didapat dari menulis *fan fiction*. Semangat menulis subjek menjadi semakin besar karena tokoh yang digunakan adalah artis idola. Selain itu, aktivitas penggemar seperti membuat *fanvid* dan *fan art* pada dasarnya merupakan aktivitas pemberdayaan diri yang menuntut kreativitas penggemar.

3. Kelompok penggemar sebagai kelompok peduli sosial

Dalam memeringati ulang tahun idola, kelompok penggemar biasanya mengadakan *fan project* dengan berbagai macam kegiatan. Salah satunya adalah kegiatan peduli sesama dengan

---

<sup>31</sup> Kalmer Marimaa, *The Many Faces of Fanaticism*, (Estonian National Defence College (ENDC) Preceeding, 2011), hlm. 34.

aktivitas amal, pemberian donasi maupun bantuan dengan mengatasmakan artis idola.

Penjabaran di atas menunjukkan bahwa terlepas dari kefanatikan potensial yang ditunjukkan remaja terhadap K-pop, aktivitas pemberdayaan diri dan kepedulian sosial oleh para penggemar menjadi salah satu nilai positif yang tidak bisa diabaikan begitu saja. Meskipun pada akhirnya dampak positif dari menyukai K-pop tertutup oleh dampak negatif yang lebih mendominasi.