



UNIVERSITAS INDONESIA

**Imperialisme Budaya Industri Dunia Hiburan Korea di Jakarta
(Studi terhadap Remaja-Remaja Jakarta yang Menggemari
Musik Pop Korea)**

TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister Sains (M.Si) dalam Ilmu Komunikasi**

A S T U T I

1006797654

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM PASCASARJANA ILMU KOMUNIKASI**

JAKARTA


JUNI 2012

UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCASARJANA

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Astuti
NPM : 1006797654

Tanda Tangan : 
Tanggal : 28 Juni 2012

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh :

Nama : Astuti

NPM : 1006797654

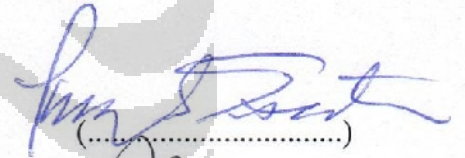
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Tesis : Imperialisme Budaya Industri Dunia Hiburan Korea di Jakarta (Studi terhadap Remaja-remaja Jakarta yang Menggemari Musik Pop Korea)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia.

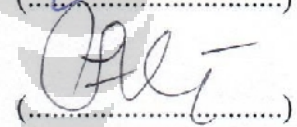
DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Pinckey Triputra M.Sc.



(.....)

Ketua Sidang : Dr. Irwansyah, M.A.



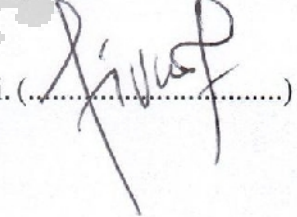
(.....)

Sekretaris Sidang : Drs. Eduard Lukman M.A.



(.....)

Penguji Ahli : Ir. Firman Kurniawan Sujono M.Si. (.....)



(.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 28 Juni 2012

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menuntaskan tesis ini sebagai persembahan akhir dari perkuliahan selama empat semester dan prasyarat mencapai gelar Magister Sains dalam Ilmu Komunikasi pada Program Pascasarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Indonesia.

Tesis ini tidak akan berhasil diselesaikan tanpa bantuan dan dukungan keluarga dan orang-orang terdekat penulis. Dengan setulus hati penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan tesis ini:

1. Ucapan terima kasih yang tak terbatas kepada Allah SWT yang menjadi tumpuan penulis mencurahkan keluh kesah dalam penyelesaian tesis ini.
2. Pak Pinkey Triputra selaku pembimbing penulis atas kesediaannya meluangkan waktu di tengah kesibukannya untuk memberikan pikiran dan pandangannya kepada penulis dalam proses penyelesaian tesis ini.
3. Pak Eduard Lukman yang selalu dengan sabar memberi masukan dan nasehat kepada peneliti.
4. 내 사랑한 부모님께 (Supeno Sutami & Kusmi), 아저씨께 (Suwandi Agung), 동생들 (Susanto & Bayu Aji Saputra)... 너무 사랑해... <3<3<3
5. 최승현 씨... 당신을 빨리 만나러 바래...
6. Jul... sahabat n temen kongkow... Thanks for keeping me company to Perpus Pusat UI Depok ampe nyasar-nyasar ke Bekasi... LOL LOL LOL...
7. Atasan saya di PT Indah Kiat Serang, Sinar Mas Grup, Pak Wilhelmus Lay. Terima kasih untuk memberikan ijin kepada saya untuk membolos kerja demi terselesaikannya tesis ini.
8. Sushi Tei-mates: Besty Priyandhini, Ika Rahmawati, dan Dini Inaya... Welcome to the world, baby Shayna... *kiss2*
9. All Ilkomers 2010 and UI staffs + karyawan...
10. Teman-teman di Bina Lembaga Cerdas dan 강 선생님.

11. Teman-teman di PT Indah Kiat Serang... Terima kasih untuk pengertiannya...
12. Para narasumber yang telah meluangkan waktunya untuk digerecoki oleh peneliti: Ivena, Dysha, Dhira dan Alike...
13. 내자신... yg bekerja keras menyelesaikan tesis ini sampai tuntas... xD

여러분 정말 감사합니다...

Akhir kata, semoga Allah SWT membalas segala kebaikan seluruh pihak yang membantu sejak awal dalam proses penyelesaian tesis ini. Semoga tesis ini bermanfaat dalam pengembangan penelitian di bidang ilmu komunikasi, terutama di Indonesia.

Jakarta, Juli 2012

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Astuti
NPM : 1006797654
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Departemen : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**IMPERIALISME BUDAYA INDUSTRI DUNIA HIBURAN KOREA DI
JAKARTA (STUDI TERHADAP REMAJA-REMAJA JAKARTA YANG
MENGEMARI MUSIK POP KOREA)**


Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 28 Juni 2012

Yang menyatakan


(Astuti)

ABSTRAK

Nama : Astuti
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Tesis : Imperialisme Budaya Industri Dunia Hiburan Korea di Jakarta (Studi terhadap Remaja-Remaja Jakarta yang Menggemari Musik Pop Korea

Tesis ini membahas tentang Imperialisme Budaya Korea yang terjadi di Indonesia dan menerpa gaya hidup remaja-remaja Jakarta, terutama dalam pengaruh musik K-pop. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan desain naratif. Dengan fenomena meledaknya K-pop ini, pihak Korea Selatan pun menanamkan kesadaran palsu di benak remaja-remaja agar budaya Korea ini dikultivasi. Hasil penelitian menemukan bahwa saat ini telah banyak remaja-remaja yang menggemari musik K-pop, hingga mereka mengonsumsi segala macam hal-hal yang berhubungan dengan Korea Selatan.

Kata Kunci:

K-pop, Korea, Korea Selatan, Imperialisme, Budaya, *Cultural Imperialism*, anak muda, budaya populer, kultivasi, kesadaran palsu.

ABSTRACT

Name : Astuti
Major : Ilmu Komunikasi
Thesis Title : Cultural Imperialism of Korean Entertainment Industry in Jakarta (Studies in Teenagers in Jakarta who fancy Korean Pop Music)

This thesis describes Korean cultural imperialism occurred in Indonesia and hit the style of living of Teenagers in Jakarta, especially the influence of K-pop music. This research is qualitative research using narrative design. The phenomenon of K-pop explosion makes South Korea party spread the false consciousness in Teenagers' mind in order to cultivate the Korean cultures. The result of this research found that currently many teenagers fancy K-pop music thus consume any things related to South Korea.

Key words:

K-pop, Korea, South Korea, imperialism, culture, cultural imperialism, teenager (s), popular culture, cultivation, false consciousness.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR ORISINALITAS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Signifikansi Penelitian	9
1.5.1 Signifikansi Akademis	9
1.5.2 Signifikansi Sosial	14
BAB II KERANGKA TEORITIS	
2.1 Imperialisme Budaya Populer	15
2.2 Dunia Hiburan Korea – Musik Pop Korea	18
2.2.1 Kapitalisme Industri Musik Korea	22
2.2.2 Industri Budaya dalam Musik Pop Korea	23
2.3 Kesadaran Palsu oleh Musik Pop Korea	26
2.3.1 Kultivasi Musik Pop Korea	28
2.3.2 Fenomena Industri Budaya dengan Penyebaran Hegemoni dan Selera di Indonesia	29

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Paradigma Penelitian	37
3.2	Metode Penelitian	38
3.3	Unit Analisis	40
3.4	Teknik Pengambilan Sampel Data	42
3.5	Teknik Pengumpulan Data	42
3.6	Teknik Analisis Data	44
3.7	Strategi Analisis Penelitian	47
3.8	Kriteris Kualitas Penelitian	48

BAB IV DATA HASIL TEMUAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Deskripsi Informan	50
4.1.1	Informan 1	50
4.1.2	Informan 2	52
4.1.3	Informan 3	53
4.1.4	Informan 4	54
4.2	Awal Ketertarikan terhadap K-pop	55
4.3	Motif Menyukai Musik K-pop	59
4.4	Fenomena K-pop di Indonesia	62
4.5	Media Massa	67
4.6	Kapitalisme Industri K-pop	72
4.6.1	Album K-pop	73
4.6.2	Tiket Konser	75
4.6.3	Aksesoris dan Fashion Idola	77
4.6.4	Bahasa Korea	80
4.6.5	Wisata Korea	81
4.7	Kesadaran Palsu dan Kultivasi Terhadap Budaya K-pop	83
4.7.1	Mengoleksi Semua Album Idola	85
4.7.2	Menonton Konser di Dalam dan Luar Negeri	90
4.7.3	Mengikuti Komunitas K-pop dan Fanbase Idola	92
4.7.4	Membuka Toko Online dan Kebutuhan Aksesiris Idola	95

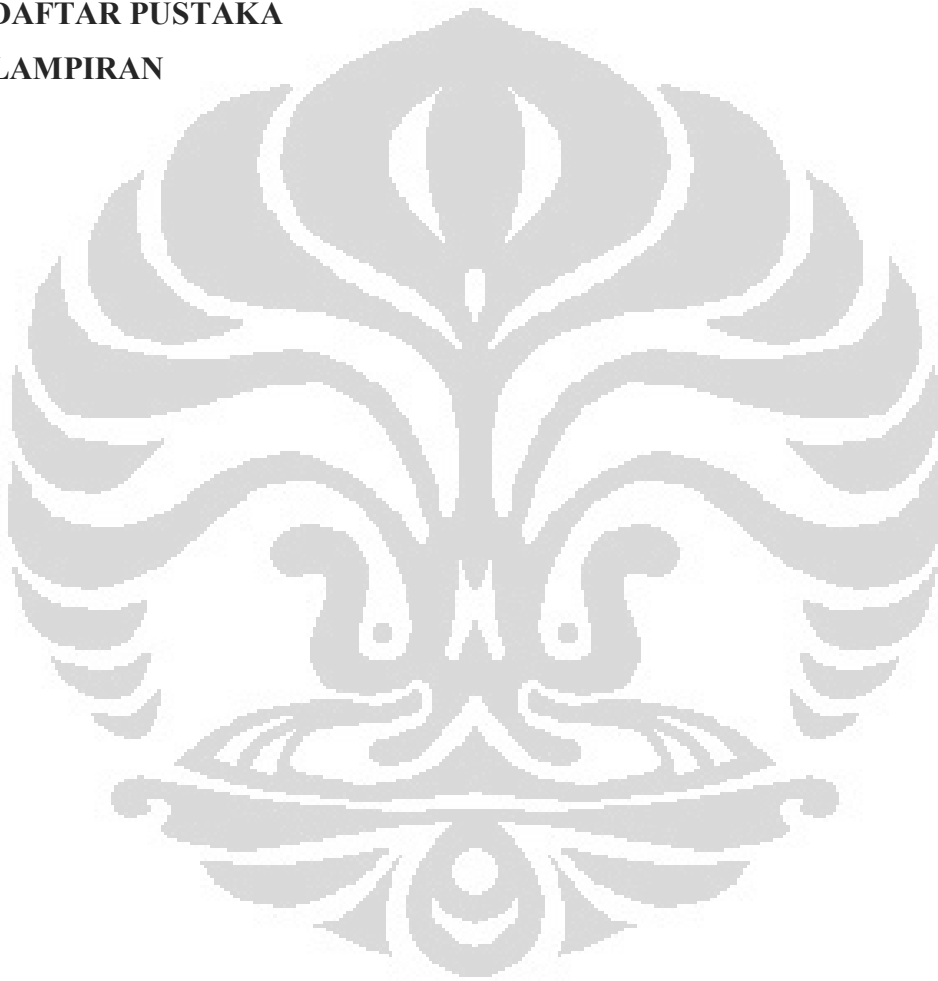
4.7.5	Kebutuhan Bahasa Hingga Wisata	95
-------	--------------------------------------	----

BAB V KESIMPULAN

5.1	Kesimpulan	100
5.2	Implikasi Studi	102
5.3	Rekomendasi	103

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

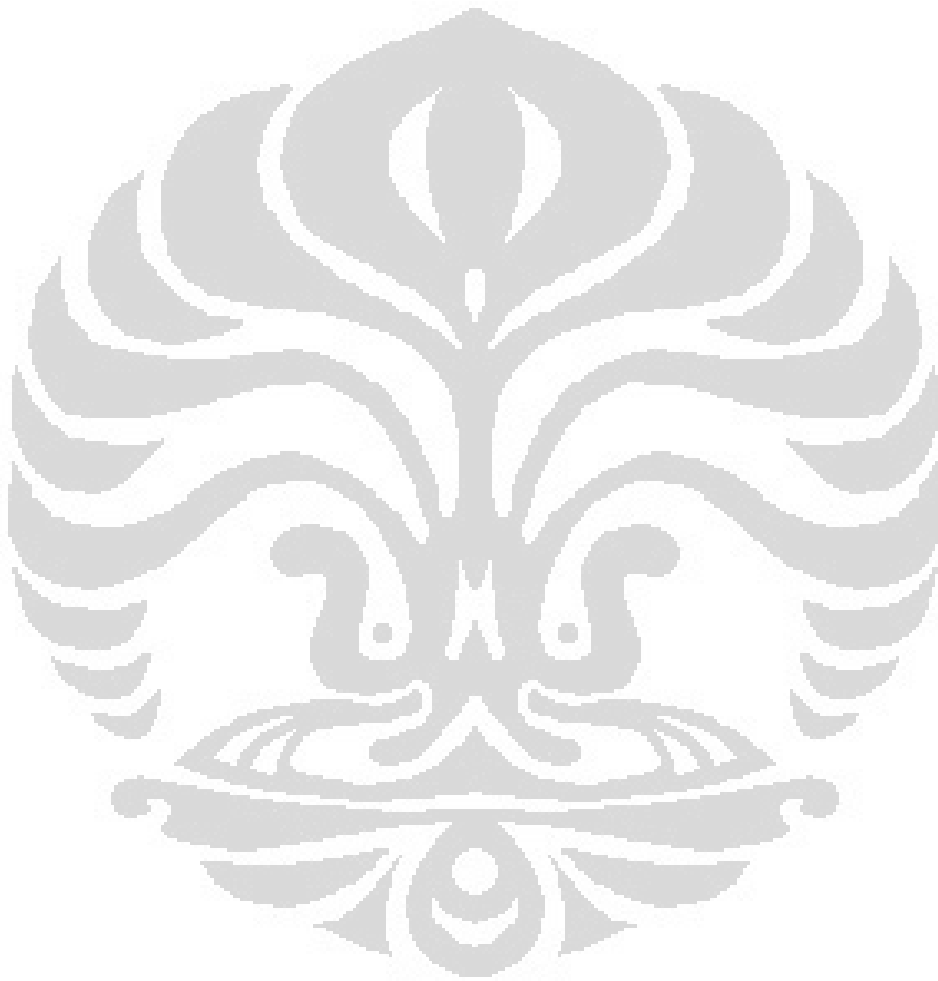
Tabel 3.1 Basic Belief (Metaphysics) of Alternative Inquiry Paradigms
(Denzin and Lincoln, 1994) 37



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 1 Bo A.....	31
Gambar 2 2 Jang Na Ra.....	31
Gambar 2 3 Lee An.....	32
Gambar 2 4 Paran.....	32
Gambar 2 5 Lee Dong Wook.....	33
Gambar 2 6 Ha Ji Won, Jo In Sung, So Ji Sub, Park Ye Jin.....	33
Gambar 2 7 Kim Nam Gil.....	34
Gambar 2 8 Rain (Bi).....	34
Gambar 2 9 Shinee.....	35
Gambar 2 10 Goo Hye Seon.....	35
Gambar 4 1 Girls' Generation - Gee.....	55
Gambar 4 2 Wonder Girls - Nobody.....	56
Gambar 4 3 Meteor Garden.....	56
Gambar 4 4 Hanayori Dango.....	57
Gambar 4 5 Boys Before Flowers.....	57
Gambar 4 6 Super Junior - Full House.....	58
Gambar 4 7 Situs YG Entertainment.....	70
Gambar 4 8 Situs SM Entertainment.....	70
Gambar 4 9 Situs JYP Entertainment.....	71
Gambar 4 10 Shinee's Key - Swatch.....	77
Gambar 4 11 Big Bang's FILA.....	78
Gambar 4 12 Korean sunglasses.....	78
Gambar 4 13 Super Junior ver. A (1).....	86
Gambar 4 14 Super Junior ver. A (2).....	87
Gambar 4 15 Super Junior ver. A (3).....	87
Gambar 4 16 Super Junior ver. B (1).....	88
Gambar 4 17 Super Junior ver. B (2).....	88
Gambar 4 18 Super Junior ver. C Repackage (1).....	89
Gambar 4 19 Super Junior ver. C Repackage (2).....	89

Gambar 4 20 Super Show Concert.....	91
Gambar 4 21 Sina Weibo.....	94
Gambar 4 22 Baidu.....	94
Gambar 4 23 JKPoop.....	98



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Pertanyaan Wawancara
- Lampiran 2 Transkrip Wawancara
- Lampiran 3 Koding Wawancara



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tahun 1990-an musik pop barat Amerika dan Inggris begitu diminati oleh remaja-remaja Indonesia. Remaja kala itu, siapa yang tak mengenal *New Kids on the Blok* (NKOTB), *Boyzone*, *Backstreet Boys*, *Westlife* dan lainnya. Awal tahun 2000, meskipun masih didominasi oleh musik pop barat, musik pop Jepang pun mulai merambah Indonesia. Sebut saja *L'Arc-en-Ciel*, *Dir en Grey*, *Ayumi Hamasaki*, *Utada Hikaru*, dan sebagainya.

Tahun 2002 ketika sedang maraknya *Worldcup Korea-Japan*, drama-drama korea beserta musiknya mulai masuk ke Indonesia. Drama-dramanya banyak digemari oleh masyarakat Indonesia karena jalan ceritanya yang begitu melankolis dan wajah-wajah baru Asia yang cantik dan tampan yang khas yang berbeda dengan aktris dan aktor Hong Kong, China, Jepang yang sempat mendominasi drama serial di Indonesia. Saat itu, lagu-lagu Korea belum banyak memikat remaja-remaja Indonesia. Remaja Indonesia hanya sebatas menyukai lagu-lagu Korea yang menjadi tema lagu sebuah drama saja. (Nugroho, 2005)

Tepatnya tahun 2007, ketika game *online* Korea *Audition Ayodance* hadir di Indonesia, gejala demam pop Korea mulai tampak. Permainan ini merupakan permainan *multi-players online* dansa dengan latar belakang lagu-lagu pop terkenal Korea. Tidak heran ketika seorang remaja memainkan permainan ini, ia akan dengan mudah menyukai lagu-lagu Korea, dan akan ikut menyenandungkannya karena memang lagu-lagu Korea tergolong *easy-listening*. Tidak sedikit remaja-remaja Indonesia yang langsung keranjingan dengan lagu-lagu Korea yang ada di permainan tersebut yang kemudian mulai mencari informasi sebanyak-banyaknya tentang penyanyi aslinya. Dari situlah

demam pop Korea di Indonesia dimulai. (Sejarah Game Online Di Indonesia, <http://www.kaskus.us/showthread.php?t=3037389&page=8>)

Mulanya remaja Jakarta banyak bergabung dengan *website* forum-forum atau *fanbase* internasional yang berkaitan dengan idola mereka, seperti *soompi.com*, *crunchyroll.com* dan *allkpop.com*. Tidak sedikit juga blog-blog luar negeri yang memberitakan tentang idola Korea dan memberikan tautan *website* untuk mengunduh mp3 dan video musik penyanyi-penyanyi terkenal Korea. Tren mengunduh video-video musik dan program televisi Korea pun merambah melalui *Youtube*.

Tak lama kemudian, remaja Jakarta banyak yang membentuk *website fanbase* lokal untuk idola-idola yang mereka sukai, sebut saja *sujunesia* untuk penggemar *Super Junior* di Indonesia, *bigbangindo* untuk penggemar *Big Bang*, *indososhi* untuk penggemar *Seo Nyeo Shi Dae (Girls' Generation)*, dan banyak yang lainnya.

Demam musik Korea pun juga dijadikan oleh remaja-remaja yang memiliki bakat dagang untuk menghasilkan uang. Mereka yang memang mempunyai modal, mampu mengimpor barang-barang *merchandise* penyanyi idola Korea. Mereka bisa menjual berbagai album CD, DVD konser, poster, *lightstick*, dan barang-barang lainnya yang berkaitan dengan logo atau *icon* si idola. Mereka tidak hanya menjual barang-barang dari Korea, tetapi juga mendatangkan barang-barang idola Korea dari Thailand, China, dan Jepang. Ada beberapa *counter* maupun toko *online* yang menjual merchandise Korea, yaitu *Kpopconnection*, *Gasoogalore*, dan *Dkpops*. Toko-toko online tersebut tidak hanya mempunyai *counter* yang bisa dikunjungi tetapi juga memiliki *website* sendiri, akun *Facebook* dan juga aktif di akun *Twitter*.

Segala hal yang berbau Korea tidak hanya terjadi di Indonesia. Tetapi telah merambah negara-negara Asia lainnya, Eropa, Timur Tengah, Australia, Amerika Serikat, Amerika Latin bahkan Afrika. Demam budaya pop Korea

telah mewabah di berbagai negara di dunia. Orang Korea sendiri menyebut demam Korea ini dengan sebutan *hanryu wave* (*Korean wave* / gelombang Korea). (We Love Korea – Hallyu baru memeluk dunia, http://world.kbs.co.kr/indonesian/event/c50y_2011/sub01.htm)

Demam Korea ini membuat beberapa penyanyi dan aktris/aktor Korea mampu debut di Amerika. Mereka adalah *Wonder Girls*, *Bo A*, *Rain*, *Lee Byung Hoon*, dan lainnya. *Rain* yang bermain film di Amerika dengan judul *Ninja Assassin*, kini disebut-sebut oleh penduduk Korea sendiri sebagai aktor dan penyanyi kelas dunia. Bahkan *Lee Byung Hoon* pun memerankan tokoh antagonis dalam film besutan Hollywood *G.I. Joe: The Rise of Cobra* tengah mendapatkan popularitas luar biasa di Korea maupun Amerika.

Permintaan konser penyanyi-penyanyi idola Korea di luar negeri pun sangat banyak. Selain mereka melakukan tur konser di Asia, mereka pun melakukan konser di Eropa dan Amerika. Sebut saja *SM Town*, nama proyek yang digunakan manajemen *SM Entertainment* yang menaungi *Dong Bang Shin Gi* (*TVXQ* / *Tohoshinki*), *Super Junior*, *Girls' Generation*, *Bo A*, *Shinee*, *F(x)* dan sebagainya, mereka telah mengadakan konser di Paris, Los Angeles, dan New York. Tiket yang dijual secara *online* pun selalu habis dalam hitungan menit. Mereka biasanya melakukan konser selama dua hari untuk memenuhi keinginan penggemar di luar negeri. Tempat konsernya pun selalu dipadati penggemar-penggemar baik dari domestik maupun luar negeri. (K-Pop Hits Madison Square Garden at SMTown Live - <http://www.billboard.com/news/k-pop-hits-madison-square-garden-at-smtown-1005430562.story>)

Fenomena demam Korea ini telah sedemikian rupa menjamur di berbagai negara. Di Jakarta saat ini, musik K-pop (Korean Pop), drama korea, restoran korea, tempat les bahasa korea bahkan tur-tur ke korea sedang

digandrungi. Hal ini disebabkan oleh pemerintah Korea yang dengan sungguh-sungguh meningkatkan industri pariwisata dan dunia hiburannya.

Bahkan tahun 2012 ini, begitu banyak artis Korea yang mengadakan konser di Jakarta yang membuat remaja Jakarta, remaja putri khususnya, rela mengeluarkan uang ratusan ribu hingga jutaan rupiah untuk menonton konser tersebut. Penyanyi-penyanyi Korea tersebut yang biasa disebut '*idol*' mampu membius ribuan penonton disetiap konsernya.

Tidak hanya itu, bahkan remaja Jakarta rela mengeluarkan uang ratusan ribu lagi untuk membeli segala souvenir idola tersebut. Yang memprihatkan adalah ketika idola tersebut mengeluarkan album. Sekali album rilis, itu tidak hanya satu album, tetapi dalam beberapa versi: versi A, B, C, terkadang D, hingga repackage. Dan tidak jarang remaja Jakarta yang membeli semua versi ketika penyanyi yang diidolaknya tersebut mengeluarkan album, dan hal tersebut pastinya butuh uang banyak, belum lagi untuk souvenir lainnya. Begitulah taktik manajemen artis di Korea yang mengomodifikasi artis-artisnya sebagai aset.

Yang menjadi tanda tanya adalah mengapa mereka rela mengeluarkan uang begitu banyak untuk idola mereka, yang tentunya idola tersebut tidak akan mengenal si penggemar dan hal tersebut hanya akan membuat kaya si penyanyi idola dan menejemennya saja.

Dalam era post-modern saat ini, memperlihatkan sekali bagaimana imperialisme industri dunia hiburan Korea begitu mengomodifikasi berbagai hal agar menjadi uang. Unsur kapitalismenya sangat terlihat. Dan hal itu begitu sangat membius remaja Jakarta saat ini. Musik dan drama yang dulunya dianggap sebuah seni, sekarang dianggap hanya sebagai uang semata.

Teori industri budaya Adorno yang dilatarbelakangi oleh teori Marx menyatakan bahwa rahasia sejati keberhasilan semata-mata merupakan refleksi atas apa yang dibayar seseorang di pasar atas produk. Konsumen benar-benar

memuja uang yang dia bayarkan untuk tiket konser Toscanini. (Adorno dalam Dominic Strinati - Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer)

Pernyataan Adorno diatas menjelaskan bahwa para konsumen, dalam hal ini penggemar, rela mengeluarkan uang untuk membeli tiket konser yang mahal harganya. Mereka melakukan itu semata-mata untuk menunjukkan eksistensi diri mereka bahwa mereka sedang terlibat dalam sesuatu yang sedang populer.

Ditambahkan pula oleh Adorno, orang-orang yang memuja harga yang dibayarkan atas tiket konser, dan bukannya memuja pertunjukan itu sendiri, mereka bisa dikatakan korban fetisisme komoditas ketika relasi sosial dan apresiasi budaya diobjektivikasi dalam pengertian uang. Hal ini mengandung pengertian bahwa asas pertukaran atau harga tiket menjadi asas manfaat yang bertolak belakang dengan pertunjukan musik, asas manfaat sebenarnya yang melatarbelakanginya.

Menurut Mazhab Frankfurt, berbagai kekuatan produktif kapitalis mampu menghasilkan kemakmuran yang berlimpah melalui produksi sia-sia seperti pengeluaran untuk militer ketika “kebutuhan-kebutuhan palsu” dapat diciptakan dan dipenuhi. Oleh karena itu, orang bisa secara tidak sadar berdamai dengan sistem kapitalis, menjamin stabilitas dan kesinambungannya.

Penggemar-penggemar musik pop Korea ini secara tidak langsung telah dipengaruhi oleh “kebutuhan-kebutuhan palsu” tersebut yang ditanamkan oleh perusahaan-perusahaan penyanyi idola tersebut. Dalam mengagumi seorang idola, penggemar bisa dengan rajin menjelajahi dunia maya setiap hari untuk mengetahui berita terbaru si idola. Penggemar akan menabung untuk membeli CD atau DVD asli si penyanyi idola. Padahal di saat ini di Indonesia ketika unduh-mengunduh sesuatu dari internet masih belum ada hukum dunia maya yang berlaku, mengunduh musik mp3 maupun video dari internet, penggemar tidak perlu mengeluarkan uang begitu banyak. Penggemar juga tergoda oleh

banyak beredarnya souvenir-souvenir penyanyi idola. Dan ketika penyanyi tersebut mengadakan konser, penggemar seolah-olah dituntut untuk wajib menyaksikannya. Meskipun konser tersebut dilaksanakan di luar negeri, penggemar mengorbankan waktu dan uangnya untuk hal tersebut.

Penggemar yang sudah terlanjut jatuh cinta dengan idola-idolanya tidak menyadari bahwa mereka sebenarnya telah terjebak menjadi konsumtif oleh pihak-pihak kapitalisme. Pihak-pihak ini mampu menciptakan sebuah kesadaran palsu untuk mengeruk keuntungan sebesar-besarnya. Yang mereka jual: idola-idola yang begitu tampan dan cantik, suara yang memukau, tarian yang menarik, dan tubuh yang ideal, semua itu hanyalah komoditas semata yang mereka jual.

Industri budaya ini berusaha mengesampingkan kebutuhan-kebutuhan riil atau sejati, konsep-konsep atau teori-teori alternatif dan radikal, serta cara-cara berpikir dan bertindak oposisional politis. Industri budaya sangat efektif dalam menjalankan hal ini hingga orang sampai tidak menyadari apa yang tengah terjadi.

Penggemar tidak menyadari bahwa mereka telah dijadikan objek oleh imperialisme industri budaya. Khalayak seperti penggemar musik pop Korea ini dianggap sebagai massa yang pasif, pasrah, enteng, rentan, bisa dimanipulasi, bisa dieksploitasi dan sentimentil, bersifat melawan tantangan maupun rangsangan intelektual, menjadi sasaran empuk bagi konsumerisme. Penggemar meskipun tahu bahwa mereka telah dimanfaatkan oleh pihak kapitalisme, mereka malah tidak mengacuhkannya dan malah menikmati fantasi palsu yang mereka dapat.

1.2 Perumusan Masalah

Saat ini di Indonesia, khususnya Jakarta, remaja-remaja pasti telah mengenal K-pop. Mereka bahkan memiliki penyanyi-penyanyi yang mereka

idolakan. Meskipun mereka terbata-bata atau mengucapkan nama idolanya dengan keliru, namun mereka dengan pasti mengaku bahwa mereka adalah penggemar K-pop.

Banyak di antara remaja-remaja tersebut yang menunjukkan secara terang-terangan bahwa mereka adalah penggemar K-pop, dengan busana, gaya rambut bahkan rias wajah mereka, serta dari topik obrolan mereka yang tidak jauh-jauh dari hal-hal berbau Korea.

Hal-hal semacam ini menjadi sebuah realitas bahwa budaya populer Korea telah mendominasi gaya hidup remaja-remaja Jakarta. Dan ini lambat laun akan menjadi sebuah imperialisme.

Pada dasarnya, imperialisme merupakan ekspresi untuk kecenderungan pengeksport budaya, khususnya Amerika, untuk menyebarkan dominasinya. Dulu budaya Amerika, terutama musik-musik popnya, mendominasi secara global. Kini, meskipun masih populer, musik pop Amerika terbilang kalah pamor dengan musik pop Korea.

Musik pop Korea yang biasa disebut K-pop bisa sepopuler seperti sekarang ini awalnya disebabkan oleh pemerintah Korea yang tidak mengizinkan budaya Jepang masuk ke Korea setelah terlepas dari jajahan Jepang. Hal tersebut membuat warga Korea lebih banyak bereksperimen akan musik dan budayanya sendiri. K-pop semakin populer dan terkenal di mancanegara karena adanya *boyband* dan *girlband* mereka. Para anggota *boyband* maupun *girlband*, bukan hanya disiapkan dalam waktu yang singkat, tetapi mereka dilatih segala macam hal agar mereka dapat memiliki banyak potensi di dunia hiburan Korea. Hal-hal seperti inilah yang membedakan *boyband* dan *girlband* Korea dengan kelompok *boyband* dan *girlband* dari negara-negara lain.

Fenomena K-pop ini begitu memengaruhi kehidupan masyarakat di dunia ketiga, khususnya Indonesia. Para artis-artisnya mampu membius

penggemar-penggemarnya dengan kecantikan dan ketampanan yang mereka miliki, suara yang merdu, dan tubuh yang tinggi dan ramping. Hal tersebut membuat penggemar terjebak dalam taktik konsumtif yang ditebar oleh kaum kapitalis.

Dengan imperialisme musik K-pop yang sudah sedemikian menyebar di Indonesia. Dulu stasiun TV Indosiar, stasiun yang pertama kali menayangkan drama Korea, hanya menayangkan satu drama saja. Meskipun drama itu tayang setiap harinya. Namun kini, dalam satu hari, Indosiar mampu menayangkan tiga drama yang berbeda dalam jarak waktu yang berdekatan. Demam musik pop Korea ini benar-benar dimanfaatkan oleh Indosiar untuk menjaring penonton setia. Bahkan, acara musik terkenal dari Korea, *KBS Music Bank*, telah dibeli *license*-nya oleh Indosiar yang kemudian ditayangkan setiap Minggu. (<http://www.jadwaltv.net/artikel/45/new-program-music-bank-indosiar.html>)

Dalam hal ini, pemerintah Korea sungguh sedang gencar-gencarnya mempromosikan budaya Korea di mancanegara, terutama dari segi musik K-pop mereka. Diawali dengan musik K-pop ini, Korea mulai menunjukkan bahwa mereka bukanlah negara yang bisa diremehkan. Mereka mampu menciptakan budaya-budaya populer yang merupakan benih dari sebuah imperialisme.

Penggemar-penggemar K-pop pun tidak sadar bahwa dengan mereka menggemari K-pop dengan fanatiknya, mereka telah dimanfaatkan oleh manajemen artis Korea untuk mendapatkan keuntungan.

Penulis banyak menjelajah dunia maya untuk memastikan bahwa penelitian tentang Imperialisme budaya Korea dalam musik K-pop ini belum diteliti. Dan peneliti menemukan bahwa terdapat beberapa penelitian di luar negeri mengenai hal ini, namun hal tersebut masih seputar tulisan di blog-blog dan makalah yang ditulis secara gamblang mengenai bagaimana budaya Korea

telah menjadi tren saat ini. Maka dari itu, penulis berkesimpulan kajian atas imperialisme budaya industri dunia hiburan Korea (K-pop) terhadap remaja Jakarta patut dibahas lebih lanjut.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka penelitian dilakukan untuk menjawab pertanyaan:

1. Daya tarik apa saja yang K-pop sajikan sehingga menyebabkan para penggemar remaja menjadi fanatik terhadap Korea?
2. Budaya populer Korea apa saja yang telah dikultivasi oleh para penggemar musik pop Korea sehingga hal tersebut kini telah menjadi sebuah kebutuhan?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk membongkar secara mendalam dan mengkritisi tentang musik pop Korea yang telah mendominasi terhadap selera musik para remaja Jakarta.

1.5 Signifikansi Penelitian

1.5.1 Signifikansi Akademis

Untuk melihat signifikansi akademis dari penelitian ini, ada baiknya mengetahui terlebih dahulu penelitian – penelitian sebelumnya yang memiliki topik - topik yang sama.

➤ **Konstruksi dan reproduksi maskulinitas kelompok muda urban kelas menengah: Studi fenomenologi di antara penonton drama Korea Selatan (Raden Ayu Wulantari)**

Yang dianalisa dalam tesis ini adalah penggambaran maskulinitas laki-laki Asia. Gambaran maskulinitas yang digambarkan oleh media adalah bahwa laki-laki itu harus tegas, keras, gagah, dan macho. Gambaran maskulinitas tersebut berbeda dengan gambaran maskulinitas yang tumbuh dalam diri laki-laki urban kelas menengah saat ini. Kelompok muda saat ini meyakini bahwa laki-laki boleh saja menangis, memiliki sensitivitas dan melankolis. Sebaliknya, hal-hal tersebut dianggap tidak jantan oleh masyarakat.

Penelitian dalam tesis ini dilakukan untuk dapat memahami bagaimana kelompok tersebut mengonstruksi dan mereproduksi nilai-nilai maskulinitas pada diri mereka. Yang menjadi informan dalam tesis ini adalah laki-laki usia 18-40 tahun, *straight*, dan menonton drama Korea Selatan.

Dalam tesis ini, dijabarkan tentang bagaimana drama Korea telah menjadi bagian dari budaya populer. Namun, tidak dibahas tentang bagaimana drama ini telah menjadi sebuah imperialisme budaya di negara-negara yang menayangkan drama ini. Dalam hal ini hanya dipaparkan bagaimana persepsi maskulinitas yang ada di Indonesia dengan maskulinitas yang diperoleh dari menonton drama Korea.

➤ **Media dan Identitas: *Cultural Imperialism* Jepang Melalui *Cosplay* (Studi terhadap *Cosplayer* yang Melakukan *Crossdress*) (Ranny Rastati)**

Tesis ini membahas tentang anak-anak muda yang mencari jati diri dan menemukan jati dirinya dengan melakukan berbagai eksperimen terutama *cosplay* (*costume play*). Sekarang ini tidak hanya komik dan anime

yang populer, tetapi cosplay karakter komik dan anime sendiri pun digemari. Anak-anak muda mengenakan kostum, fesyen, gaya rambut, cara berbicara, hingga tingkah laku karakter yang di-*cosplay*-kan ditiru.

Merebaknya *cosplay* di Indonesia juga tak lepas dari kepopuleran *manga*, *anime*, dan *game* Jepang yang masuk di Indonesia. Banyak anak muda Jakarta yang mengadaptasi budaya populer Jepang yaitu *cosplay*. Bagi mereka, *cosplay* merupakan sebuah kesempatan untuk berekspresi dan berkreasi. Membawa apa yang ada dalam dunia imajinasi ke alam nyata sekaligus mengidentifikasikan dirinya sebagai karakter yang sedang ia perankan.

Dari membaca tesis di atas, dapat disimpulkan mengapa muda-mudi Indonesia menggemari *cosplay*. Mengapa para penggemar anime mau perkostum seperti tokoh-tokoh anime favorit mereka. Dianggap demam *cosplay* di Indonesia telah menjadi imperialisme budaya Jepang tersendiri. Peneliti tesis ini menggunakan paradigma *critical-constructionism* adalah untuk memaparkan fenomena *cosplay* ini dan juga agar pembaca sendiri yang dapat menilai apakah demam *cosplay* ini wajar atau nantinya malah akan membuat anak-anak muda Indonesia berpaling dari kebudayaannya sendiri.

➤ **Penyebaran budaya populer di kalangan remaja: Analisis semiotik terhadap artikel “Fashion Diva-Gaya Seleb” di majalah Cosmogirl (Emma Meilani R.)**

Dalam tesis ini yang diteliti adalah bagaimana kapitalis mempengaruhi gaya hidup dan penampilan trendy remaja. Media dengan giatnya menghadirkan berbagai hal yang berkaitan dengan hal-hal modern dan *up-to-date* sehingga pembaca tertarik membacanya. Majalah Cosmogirl

banyak memuat hal-hal dengan unsur-unsur budaya populer melalui tampilan-tampilan produk dan sosok model dan selebriti luar negeri.

Tesis ini ditujukan untuk menjadi masukan bagi masyarakat dalam hal menyikapi informasi dari media. Banyaknya media massa yang memuat budaya populer dengan berbagai kepentingan diharapkan tidak diserap mentah-mentah begitu saja oleh remaja putri. Remaja putri yang cenderung menganut idolanya dihimbau untuk bisa berpikir bijak dalam memilih budaya populer mana yang dapat diikuti dan budaya populer mana yang tidak sesuai dengan kebudayaan timur masyarakat Indonesia.

Dalam tesis ini, sebenarnya dibahas bagaimana gaya *fashion* remaja-remaja putri Indonesia saat ini telah dipengaruhi oleh imperialisme barat. Peneliti tesis ini hanya menjabarkan bahwa trend busana saat ini merupakan hasil dari budaya populer yang disebarkan oleh negara-negara Barat. Dalam tesis ini tidak ditekankan bahwa budaya populer tersebut merupakan bagian dari imperialisme budaya.

➤ **Imperialisme budaya dan pembentukan identitas: Kajian terhadap fanatisme remaja pada budaya pop Jepang di Jakarta (Endang Setiowati)**

Serbuan budaya pop Jepang ke Indonesia menciptakan suatu fenomena fanatisme tersendiri di kalangan remaja terhadap budaya pop Jepang ini. Fanatisme remaja terhadap budaya pop Jepang berbeda dengan fanatisme remaja pada budaya barat, karena para fans Jepang fanatik bukan hanya pada satu jenis budaya pop tetapi juga pada beberapa jenis budaya pop Jepang, bahkan sampai ke tingkat fanatisme pada segala sesuatu yang berbau Jepang.

Fenomena tersebut telah menjadi imperialisme budaya Jepang terhadap budaya Indonesia. Telah terjadi dominasi budaya pop Jepang

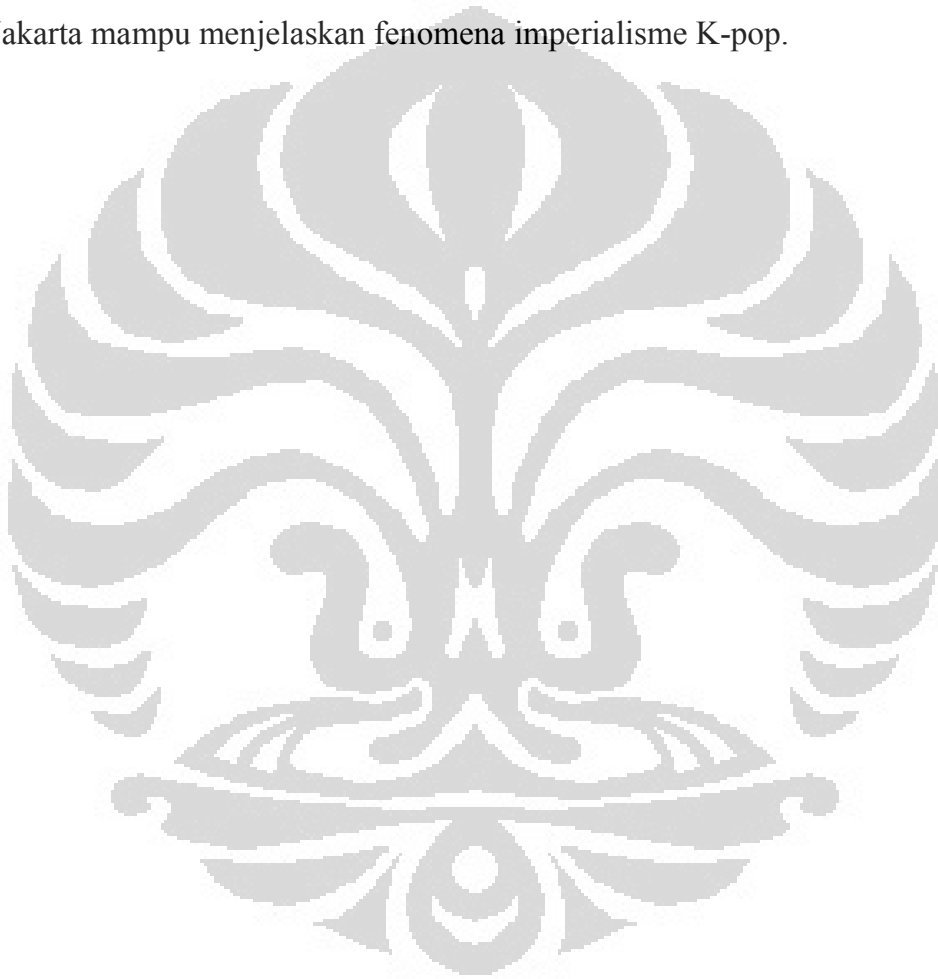
terhadap khalayak remaja Indonesia yang akhirnya menciptakan suatu hegemoni budaya pop Jepang. Penelitian ini ditujukan untuk mengkritik terhadap teori-teori imperialisme yang mengacu pada dominasi Barat pada negara-negara Dunia Ketiga.

Kajian tesis ini sangat berhubungan dengan yang akan diteliti dalam penelitian penulis. Dalam kajian ini, si peneliti menitikberatkan pada budaya Jepang, sedangkan penulis meneliti tentang fenomena musik pop Korea. Tesis ini pun menjadi masukan bagi penulis tentang bagaimana meneliti sebuah imperialisme budaya secara lebih mendalam.

Berdasarkan hasil – hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa keempat kajian diatas sebenarnya berhubungan dengan budaya-budaya populer. Bila dibaca lebih lanjut, banyak masukan-masukan yang peneliti dapatkan untuk bisa meneliti fenomena K-pop ini secara lebih mendalam. Dan peneliti mendapatkan bahwa belum ada penelitian – penelitian yang berusaha untuk membedah bagaimana kapitalisme dunia hiburan Korea menciptakan fanatisme kepada remaja-remaja di Jakarta terhadap idola-idola pop Korea. Penelitian – penelitian sebelumnya seperti yang sudah dipaparkan, lebih fokus pada konsumsi teks, atau penilaian terhadap hasil konsumsi teks terhadap terpaan drama Korea di masyarakat. Juga dari hasil mesin pencarian *Google* di internet terhadap keyword : ‘imperialisme budaya industri dunia hiburan Korea terhadap remaja Jakarta’, ditemukan bahwa ada penelitian mengenai imperialisme Korea namun penelitian tersebut hanya digambarkan secara gamblang dan menggambarkan bagaimana K-pop mendominasi di luar negeri. Maka dari itu, penelitian ini memiliki signifikansi akademis yang cukup bernilai.

1.5.2 Signifikansi Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan beragam informasi yang lebih dalam kepada masyarakat mengenai pola pandang remaja-remaja Jakarta yang tengah mengidolakan seorang idola musik pop Korea. Terkadang apa yang dilihat dari permukaan mungkin berbeda apa yang dilihat dari dalam. Dengan penelitian ini, fanatisme terhadap idola yang di alami remaja-remaja Jakarta mampu menjelaskan fenomena imperialisme K-pop.



BAB II

KERANGKA TEORITIS

2.1 IMPERIALISME BUDAYA POPULER

Imperialisme budaya merupakan ekspresi umum untuk kecenderungan pengeksport industri media global, khususnya dari Amerika, untuk mendominasi konsumsi media di negara yang lebih kecil atau lebih miskin dan untuk menyebarkan budaya dan nilai-nilai mereka kepada audiens di mana pun. Tidak hanya isi yang dieksport, tetapi juga teknologi, nilai-nilai produksi, ideologi profesional dan kepemilikan. Diasumsikan bahwa imperialisme budaya mengarahkan pada kebergantungan, hilangnya otonomi, dan berkurangnya budaya nasional atau pun lokal.

Schiller (1976) menyatakan bahwa:

Teori imperialisme budaya menyatakan bahwa negara Barat mendominasi media di seluruh dunia ini. Ini berarti pula, media massa negara Barat juga mendominasi media massa di dunia ketiga. Alasannya, media Barat mempunyai efek yang kuat untuk mempengaruhi media dunia ketiga. Media Barat sangat mengesankan bagi media di dunia ketiga. Sehingga mereka ingin meniru budaya yang muncul lewat media tersebut. Dalam perspektif teori ini, ketika terjadi proses peniruan media negara berkembang dari negara maju, saat itulah terjadi penghancuran budaya asli di negara ketiga.

Begitu jelas dengan kekuatan media barat, mereka mampu menguasai negara-negara berkembang sedemikian rupa. Lihatlah bagaimana bioskop-bioskop di Indonesia didominasi oleh produk-produk film Hollywood. Bagi penduduk dunia ketiga, Indonesia, terlihat lebih bergengsi menonton film Hollywood dari pada menonton film lokal. Memang dari segi teknologi, film Hollywood menggunakan efek-efek computer yang sangat berkualitas dan terlampau canggih dari pada film buatan Indonesia.

Contoh lain dari imperialisme budaya adalah bagaimana majalah remaja saat ini banyak memuat gaya *fashion* yang berkiblat pada dunia berbusana khas barat. Dengan model berwajah *bule* mengenakan pakaian bermerek mahal dengan harga selangit. Begitupun dengan iklan-iklan kosmetik luar negeri yang diiklankan di majalah remaja tersebut. Remaja, yang *notabene* senang ikut-ikutan, mereka menjadi konsumtif dengan mengkonsumsi produk-produk dari luar seperti yang diiklankan di majalah favorit mereka.

Imperialisme budaya barat sangat mempengaruhi kehidupan masyarakat di dunia ketiga yang cenderung meniru apa yang mereka lihat setiap harinya. Schiller, 1976, memaparkan penyebab imperialisme ini yang pertama adalah karena barat memiliki banyak uang. Dengan uang, mereka mampu memproduksi program apa saja yang dibutuhkan media massa. Bahkan media Barat sudah dikembangkan secara kapitalis. Dengan kata lain, media massa Barat sudah dikembangkan menjadi industri yang juga mementingkan laba.

Kedua, mereka mempunyai teknologi. Dengan teknologi yang sangat maju, negara barat, Amerika, seolah-olah menjadi Tuhan yang mampu membuat dan memproduksi apapun. Seperti film *Avatar* yang menduduki puncak *box office*. Film tersebut memiliki efek *3D* (tiga dimensi) yang begitu

nyata dan efek-efek *make-up* yang spektakuler. Atau film *Transformer* yang mengisahkan robot-robot mobil yang terlihat begitu nyata dalam kehidupan orang biasa.

Dengan kurangnya uang dan teknologi di Indonesia, mau tidak mau masyarakatnya terbiasa dengan mengkonsumsi produk-produk barat. Hal ini yang kemudian mendarah daging dan kemudian menjadi gaya hidup yang biasa.

Dengan begitu imperialisme ini berkaitan erat dengan budaya populer dalam masyarakat. Bagi kebanyakan orang, budaya populer ini memberi kenyamanan di jantung kehidupan modern. Hiburan tersedia di televisi, radio, film, koran, pemutar CD, yang nampaknya tidak berbahaya sama sekali. Media-media yang disebutkan memberi kesenangan, memudahkan orang-orang berhubungan dengan dunia yang lebih luas, menyediakan hiburan, melepas kebosanan dan kesendirian, dan lainnya. Adorno menekankan bahwa budaya populer merupakan bisnis yang sangat serius, sebagai sesuatu yang sangat beracun dan efeknya mempengaruhi proses sosial. (Witkin, 2003)

Budaya populer biasanya adalah budaya yang ringan, yang membuat orang-orang mudah jatuh hati dan menganutnya, dan cenderung berubah-ubah. Sebut saja lagu-lagu band-band Indonesia yang begitu mudah mengena di telinga masyarakat. Orang dewasa dan remaja menyenandungkannya, bahkan anak-anak pun menyukainya.

Demikian kata Adorno bahwa budaya populer merupakan suatu bisnis yang serius. Dikatakan begitu, karena para produsen berlomba-lomba menciptakan suatu karya yang nantinya diproduksi secara massal dan berusaha untuk merebut perhatian massa. Dan karya itu harus benar-benar meracuni pikiran masyarakat. Sebelum akhirnya akan muncul karya-karya baru yang menggantikannya. Selama masih ada budaya populer, bisa dipastikan imperialisme pun akan muncul.

2.2 DUNIA HIBURAN KOREA – MUSIK POP KOREA

Sebelum membahas dunia hiburan korea yang dispesifikkan pada musik populernya, akan dibahas apa itu musik populer atau yang biasa disebut musik pop. Teori musik populer ini berkaitan dengan budaya populer. Dalam hal ini lebih ditekankan pada musik. Strinati (1995) berpendapat teori musik pop Adorno merupakan aspek analisis industri budaya yang paling terkenal. Teori musik pop Adorno ada kaitannya dengan fetisisme komoditas dan industri budaya.

Strinati mengutip Adorno:

Musik pop yang dihasilkan oleh industri budaya didominasi oleh dua proses: standardisasi dan individualisasi semu. Di sini gagasannya adalah bahwa lagu-lagu pop semakin lama makin kedengaran mirip satu sama lain. Lagu-lagu itu semakin banyak dicirikan oleh suatu struktur inti, yang bagian-bagiannya dapat dipertukarkan satu sama lain. Namun demikian, inti ini disembunyikan oleh tambahan-tambahan sampingan, kebaruan, atau variasi gaya yang direkatkan pada lagu-lagu tersebut sebagai tanda kekhasannya yang sudah diduga.

Strinati menambahkan, standardisasi mengandung pengertian bahwa lagu-lagu pop semakin mirip satu sama lain, dan bagian-bagian, bait-bait maupun kornya semakin dapat saling dipertukarkan, sementara individualisasi semu menyamakan proses ini dengan menjadikan lagu-lagu itu semakin bervariasi dan berlainan satu sama lain.

Adorno membandingkan musik pop tersebut dengan musik klasik. Bagi Adorno, musik klasik, setiap detailnya mendapatkan rasa musikalnya dari total karya secara keseluruhan. Hal tersebut tidak terjadi pada musik pop atau musik ringan. Mereka yang mendengarkan musik pop dibawa masuk oleh lapis “efek-efek” individual, yang membungkus standardisasi musik, dan membuat pendengar menganggap apa yang mereka dengar sesuatu yang berbeda dan baru.

Sangat jelas bahwa opini Adorno terhadap musik pop tidak terlalu tinggi. Baginya, para pendengar musik pop adalah seperti bayi atau kanak-kanak. Pendengar musik pop terus meminta menu yang sebelumnya sudah disajikan. Jadi, mereka tenggelam dalam khayalan yang mereka lakukan dengan tingkat pengendalian dan pilihan tertentu dalam usaha mencari kesenangan.

Aspek terakhir dari teori Adorno yang perlu diperhatikan adalah pernyataan bahwa fenomena-fenomena kultural seperti musik pop berfungsi sebagai suatu bentuk “perekat sosial”, menempatkan orang pada realitas kehidupan yang mereka jalani. Adorno berpendapat, kebanyakan orang dalam masyarakat kapitalis menjalani kehidupan yang dimiskinkan dan tidak bahagia. Khayalan dan kebahagiaan, resolusi dan rekonsiliasi, yang ditawarkan oleh musik pop dan film membuat orang sadar betapa banyak kehidupan nyata mereka kehilangan ciri-ciri tersebut, betapa mereka belum terpenuhi dan terpuaskan. (Strinati, 1995)

“Perekat sosial” ini dalam pandangan Adorno adalah sebagai kenikmatan-kenikmatan dan katarsismenya membuat orang untuk berhenti pada realitas kehidupan yang keras dan hambar dari sebuah masyarakat kapitalis. Lagu pop atau film Hollywood mencegah orang melawan sistem kapitalis, maupun berusaha mengkonstruksi sebuah masyarakat alternatif tempat individu bisa bebas, bahagia, dan terpenuhi.

Pada era 1990an, remaja Indonesia sedang gandrung dengan musik-musik barat. Yang mereka senandungkan adalah musik-musik berbahasa Inggris. Memasuki akhir 1990an, dengan masuknya beberapa drama, film, dan animasi Jepang, sebagian remaja Indonesia mulai menyenandungkan lagu-lagu dengan bahasa Jepang. Dan juga tidak sedikit remaja-remaja yang menyanyikan lagu-lagu India yang disebabkan masuknya budaya Bollywood dengan film-filmnya yang fenomenal, seperti Kuch Kuch Hota Hai, Mohabbatein, dan lainnya.

Saat Piala Dunia 2002 Jepang-Korea Selatan berlangsung, Media massa kita, televisi, dengan gencar menayangkan drama-drama Korea yang membuat pemirsa disini ketagihan.

Tidak banyak yang menyangka bahwa Korea akan berhasil 'mengekspor' budaya popnya sebegitu besar dan gencar seperti halnya yang terjadi dengan budaya pop Jepang yang telah terlebih dahulu menyerbu Asia pada era 90-an.

(Nugroho, 2005)

Semua orang pasti tidak mengira bahwa Korea Selatan bisa sebesar dan semaju sekarang ini. Orang-orang tidak akan meragukan Holywood. Dan begitu pula Jepang. Masyarakat di seluruh dunia mengakui bahwa Amerika dan Jepang merupakan dua negara yang telah jauh maju.

Nugroho, 2005, menggambarkan bahwa selama hampir 50 tahun lepas dari penjajahan Jepang, pemerintah Korea melarang masuknya budaya Jepang. Pihak Jepang mengalami kesulitan mengimpor budayanya ke Korea. Hal ini disebabkan oleh rasa sentimen atas 35 tahun penjajahan Jepang di Korea. Tapi ketika pemerintah Korea mencabut larangan tersebut, fenomena demam akan

budaya pop Jepang merebak di Korea. Remaja Korea banyak menyukai musik, film, *fashion*, dan game-game Jepang. Sebaliknya, apa yang disukai remaja Korea malah dibenci kaum tuanya. Mereka tetap tidak bisa melupakan bagaimana Jepang telah menjajah Korea.

Hanya dalam waktu sekitar 2 tahun, keadaan telah berubah drastis. Bila pada awal milenium budaya Jepang masih kental terasa di Korea, sekarang keadaan justru terbalik. Korea telah berhasil menciptakan suatu budaya sendiri yang sanggup menjadi tuan rumah di negeri sendiri dan bahkan telah berhasil membuat negara-negara tetangganya terpengaruh oleh budaya pop Korea ini, tak terkecuali Jepang. (Nugroho, 2005)

Awal 2000an cukup terasa demam Korea ini bahkan sampai di Indonesia. Orang-orang menyebutkan *Hanryu – Korean Wave*. Istilah ini merujuk pada sebuah ledakan popularitas budaya pop Korea di Asia. Video musik, drama televisi, game komputer, kartun dan karakter animasi Korea mengalami kesuksesan di Tokyo, Beijing, Shanghai, dan Hong Kong, juga di kota-kota besar di Taiwan dan Vietnam, antara negara-negara Asia Tenggara lainnya yang kebanyakan penduduknya ber-ras cina. (Kim, 2005)

Korean pop music, which often incorporates dynamic rhythms, powerful dances and, more often than not, lyrics deemed progressive or rebellious enough has appealed to young local fans in Asia. Most of Korea's top chart singers

are expanding their scope of activities in Asia through concert tours and the marketing of their album translated and recorded in local languages. (Kim, 2005)

Saat ini, banyak boyband dan girband Korea yang mengadakan tur konser Asia, Eropa, maupun Amerika, karena memang mereka sedang *happening* saat ini. Musik mereka menjadi sebuah kecanduan bagi remaja-remaja di berbagai belahan dunia.

2.2.1 KAPITALISME INDUSTRI MUSIK KOREA

Kapitalisme merupakan suatu paham dimana pemilik modal bisa meraih keuntungan sebesar-besarnya. Kapitalisme memberikan kebebasan kepada setiap orang untuk melakukan kegiatan perekonomian seperti memproduksi barang, menjual barang, mendistribusikan barang dan lainnya. Dalam sistem ini, pemerintah ambil bagian untuk memastikan kelancaran dan keberlangsungan kegiatan perekonomian yang berjalan, tetapi bisa juga pemerintah tidak ikut campur dalam ekonomi.

Dalam perekonomian kapitalis setiap warga dapat mengatur nasibnya. Semua orang bebas bersaing dalam bisnis untuk memperoleh laba sebesar-besarnya. Semua orang bebas melakukan kompetisi untuk memenangkan persaingan bebas dengan berbagai cara.

Menurut Prasetyo (2004) mengutip pandangan Giddens modernitas disangga oleh kekuatan kapitalisme, negara bangsa, organisasi militer, dan industrialisasi. Dalam hal ini, kapitalisme merujuk pada sejumlah prinsip struktural yang mendasari praktik akumulasi modal dalam konteks pasar produksi dan tenaga kerja yang kompetitif.

Kapitalisme berkaitan erat dengan modal yang diproses sehingga menghasilkan laba. Kapitalisme ini membentuk sistem pasar yang hegemonik dimana kekuasaan privat juga memiliki kemampuan untuk mencipta pengaruh pada kawasan publik (Prasetyo, 2004).

Adam Smith peletak dasar pemikiran kapitalisme mengukur ukuran riil dari nilai komoditi adalah kuantitas dari kerja yang berada dalam barang-barang lain yang dapat dipertukarkan di pasar. Namun David Ricardo melakukan kritik terhadap hal tersebut. Baginya, nilai komoditi terdapat pada kerja manusia berikut bahan-bahan mentah dan alat-alat kerja. Kedua ilmuwan ini menjadi peletak dasar bagi ideologi kapitalisme awal dan mereka hidup pada masa transisi dari ekonomi subsisten menuju pada sistem ekonomi pasar, yang mengandalkan pada laba.

Kapitalisme ini dapat dilihat di dunia hiburan Korea. Manajemen-manajemen penyanyi-penyanyi Korea dalam menyebarkan musik pop, mereka tidak hanya menjual suara penyayinya berupa album CD, tetapi mereka juga menjual wajah dan tubuh mereka serta benda-benda lainnya yang berkaitan dengan si penyanyi idola. Tidak jarang manajemen tersebut menjual *photobook* yang memuat gambar-gambar artisnya. Terkadang mereka juga menjual *lightstick* yang berlogo identitas si artis. Manajemen tersebut tidak segan-segan mengeluarkan uang banyak untuk memodali penyanyi-penyanyinya, karena toh semua itu akan berbalik juga ke mereka dengan profit yang lebih.

2.2.2 INDUSTRI BUDAYA DALAM MUSIK POP KOREA

Industri budaya berusaha mengesampingkan kebutuhan-kebutuhan riil atau sejati, konsep-konsep atau teori-teori alternatif dan radikal, serta cara-cara berpikir dan bertindak oposisional politis. Industri budaya sangat efektif dalam

menjalankan hal ini hingga orang sampai tak menyadari apa yang tengah terjadi. (Strinati, 1995)

Adorno dan Horkheimer di dalam buku yang berjudul *Dialectic of Enlightenment* (2002) berpendapat:

Teori industri budaya ingin menyatakan bahwa industri budaya membentuk selera dan kecenderungan massa, sehingga mencetak kesadaran mereka atas kebutuhan-kebutuhan palsu. Maka dari itu industri budaya berusaha mengaburkan kebutuhan-kebutuhan riil masyarakat. Industri budaya sangat efektif dalam menjalankan hal tersebut hingga orang tidak menyadari apa yang tengah terjadi.

Dalam industri budaya ini, kaum kapitalis ingin mengomodifikasi budaya menjadi sesuatu yang dapat yang komersil. Seperti kaum kapitalis Hollywood yang mampu menjual budaya mereka seperti dalam film *Brokeback Mountain*, *Pocahontas*, dan *8 Mile*. *Brokeback Mountain* berlatar belakang tentang kisah *cowboy* yang saling jatuh cinta. *Pocahontas* menceritakan tentang seorang putri kepala suku asli Amerika, Indian, yang membantu kelompok pendatang dari Inggris yang menempati wilayah Jamestown, Virginia, dari serangan kelompok Indian, yang kemudian ia jatuh cinta kepada seorang pria dari Inggris. Begitupun film *8 Mile* yang menceritakan kehidupan Amerika yang terdiri dari berbagai suku bangsa. Dan kehidupan kaum minoritasnya yang menjadi sentral dalam film ini. Musik rap sangat dijual dalam alur ceritanya.

Sebenarnya, tidak usah jauh-jauh membahas industri budaya dalam film-film Hollywood. Indonesia pun banyak memanfaatkan berbagai budayanya untuk produksi massa. Banyak film-film Indonesia yang menceritakan tentang legenda-legenda Indonesia. Sebut saja kisah Sangkuriang dan Malin Kundang. Tidak sedikit drama-drama televisi yang berlatar belakang keindahan pulau Bali, Yogyakarta, dan daerah-daerah Indonesia lainnya.

Seperti disebutkan Adorno dan Horkheimer, industri budaya ini mampu membuat audiens lupa akan kebutuhan riilnya. Seperti era 1990an, drama telenovela begitu fenomenal. Ibu-ibu setiap pagi dan sore sibuk menantikan telenovela tersebut tayang di televisi. Pagi hari ibu-ibu menunda melakukan pekerjaan rumah dan memasak demi menonton telenovela tersebut. Mereka menganggap menonton telenovela merupakan kebutuhan mereka saat itu. Mereka lupa bahwa melakukan pekerjaan rumah merupakan kebutuhan riil mereka.

Industri budaya sebenarnya telah banyak berpengaruh pada kehidupan setiap orang. Bentuk industri budaya dapat dinikmati melalui televisi, radio, majalah, koran, dan media lainnya, yang memanipulasi massa menuju kepasifan, pemuasan yang sangat mudah tersedia dalam konsumsi budaya populer yang membuat orang terlena, tak peduli seberapa berat kondisi ekonomi mereka.

The cultural industries have moved closer to the centre of the economic action in many countries and across much of the world. Cultural industry companies can no longer be seen as secondary to the 'real' economy where durable, 'useful' goods are manufactured. Some of these

companies are now vast global business and are among the most discussed and debated corporations on the planet. (Hesmondhalgh, 2007)

Dengan pernyataan Hesmondhalgh, terlihat jelas bahwa perusahaan industri budaya telah menjadi sentral dalam roda perekonomian di berbagai negara. Perusahaan-perusahaan tersebut tidak dapat diremehkan, karena industri budaya lah yang mampu bertahan lama dan dapat menghasilkan produk-produk yang bisa dijual secara global.

Industri budaya di Korea, terutama di bidang musik, telah maju pesat. Mereka tidak hanya menjual bakat di dalam negeri tetapi mereka telah merambah secara global. Industri musik mereka telah memberi keuntungan secara signifikan bagi negara mereka. Selain musik pop Korea terkenal di luar negeri, dengan memasang para penyanyi idola tersebut sebagai duta pariwisata mereka, hal tersebut pun mampu menyedot penggemar-penggemar mereka untuk berkunjung ke Korea. Korea benar-benar menjadikan budaya mereka sebagai industri yang menghasilkan devisa yang besar.

2.3 KESADARAN PALSU OLEH MUSIK POP KOREA

Dengan adanya imperialisme budaya, sebenarnya pihak kapitalis tahu pasti bahwa kesadaran palsu akan muncul. Kesadaran palsu merupakan teori yang tercetus dalam teori Marxis kelas sosial. Teori ini mengacu pada kekeliruan hubungan sistematis antara kelas dominan dengan kesadaran kelas bawahan. Little (2008) mengungkapkan bahwa Marx sendiri tidak menggunakan istilah kesadaran palsu untuk kalangan kelas bawah, melainkan ia memberikan perhatian lebih kepada konsep yang berhubungan dengan ideology dan fetisisme komoditas. Kaum kelas bawah, (buruh, budak, dan

petani) mengalami kesadaran palsu dalam representasi mental mereka dari hubungan-hubungan sosial di sekitar mereka yang secara sistematis menyembunyikan atau mengaburkan realitas mengenai subordinasi, eksploitasi, dan dominasi hubungan mereka. Konsep terkait termasuk mistifikasi, ideologi, dan fetisisme.

Terlihat sekali bahwa kaum kapitalis sebenarnya telah melakukan pembodohan terhadap kaum kelas bawah. Kaum kelas bawah sendiri tidak menyadari bahwa sebenarnya yang mereka lakukan hanya untuk memberi keuntungan atasannya. (Strinati, 1995)

Dalam penelitian ini yang dimaksud kaum dominan (kapitalis) adalah kantor manajemen para idola Korea. Mereka banyak memproduksi dan mengomodifikasi si idola. Yang menjadi kaum kelas bawah adalah para penggemar yang dengan senang hati merelakan uang mereka untuk membeli suatu produk kaum dominan.

Sebut saja bagaimana penggemar mengeluarkan uang untuk membeli album penyanyi kesukaan mereka. Nampak normal bila kantor manajemen tersebut mengeluarkan satu versi saja ketika album tersebut rilis, tetapi kenyataannya adalah mereka sengaja mengeluarkan album tersebut dalam berbagai versi. Ketika penggemar membeli semua versi, yang paling untuk bukanlah si idola, melainkan kantor manajemen mereka.

Para penggemar sendiri tidak menyadari posisi mereka dalam hal ini. Kebutuhan untuk mengkonsumsi barang-barang idola mereka seolah-olah nampak wajar bagi mereka.

Begitupun ketika mereka rela mengeluarkan uang berjuta-juta untuk menonton idola mereka konser di luar negeri. Padahal yang mereka anut itu merupakan sebuah kebutuhan palsu. Menonton konser hanya memberi mereka sebuah kepuasan semu. Tidak menonton konser pun sebenarnya tidak akan

apa-apa. Tetapi bagi mereka yang sudah terlanjur fanatik, tidak menonton konser seolah-olah dunia mereka akan berakhir.

2.3.1 KULTIVASI MUSIK POP KOREA

Dalam teori kultivasi ini, televisi menjadi pusat dalam kehidupan sehari-hari yang mendominasi lingkungan sosial. McQuail (2000) menyatakan bahwa hipotesis sentral dalam teori kultivasi adalah mengamati bagaimana televisi secara berangsur-angsur memimpin gerakan adopsi kepercayaan tentang sifat dunia sosial yang sesuai dengan stereotip dan pandangan realitas yang menyimpang yang digambarkan secara sistematis oleh televisi dan cerita fiksi dan berita.

Seringkali kita menyaksikan di televisi bagaimana stereotip-stereotip terhadap kalangan atau pun suku-suku dikupas. Kita bisa melihatnya dalam sinetron maupun berita yang ditayangkan. Terkadang hal-hal yang ditayangkan tersebut dibuat seolah-olah itu nyata bagi penikmatnya. Tidak sedikit penonton televisi langsung percaya saja terhadap apa yang mereka lihat di televisi.

McQuail (2000) menambahkan dalam teori efek media ini, televisi menyediakan lingkungan yang konsisten dan simbolik yang mendekati kenyataan sebenarnya yang menayangkan norma-norma yang ada dan kepercayaan tentang situasi kehidupan nyata.

Gerbner dan Gross (1976) mengatakan "televisi adalah media sosialisasi kebanyakan orang menjadi peran standar dan perilaku. Fungsinya adalah satu, enkulturasi". Dalam enkulturasi ini, individu mempelajari dan mengadaptasikan alam pikiran serta sikapnya dengan adat-istiadat, sistem norma, dan peraturan hidup dalam kebudayaannya. Bentuk awal enkulturasi adalah meniru berbagai macam tindakan orang lain, perasaan dan nilai budayalah yang memberi motivasi akan tindakan meniru itu.

Dari teori kultivasi ini, dapat dikatakan bahwa penyebaran budaya populer Korea ini pertama berkembang melalui televisi. Dengan maraknya drama-drama Korea ditayangkan, hal ini sangat mempengaruhi penonton di Indonesia untuk menyukai budaya baru ini. Penonton Indonesia pertama-tama menyukai wajah-wajah aktor maupun aktrisnya. Tetapi dengan cerita drama Korea yang menarik, penonton Indonesia mulai terseret ke dalam nilai budaya Korea tersebut.

Dalam kaitannya dengan penelitian ini adalah ketika penonton menonton sebuah drama, unsur musik yang menjadi latar drama tidak lepas dari perhatian pemirsa. Selain dramanya yang populer, musiknya pun mulai terangkat. Hal ini lah yang biasanya mempengaruhi penggemar musik pop Korea untuk mencari tahu lebih jauh lagi.

2.3.2 FENOMENA INDUSTRI BUDAYA KOREA DENGAN PENYEBARAN HEGEMONI DAN SELERA DI INDONESIA

Penyebaran budaya-budaya baru di Indonesia cenderung mudah karena anak-anak mudanya yang memang terbuka dengan hal-hal baru. Hal seperti inilah yang menyebabkan pergeseran budaya asli Indonesia ke budaya luar.

Seperti yang disebutkan Suryono Briando Siringo-ringo (2011), demam Korea sedang merasuki masyarakat Indonesia. Industri musik Indonesia yang dulunya beraliran pop melayu sekarang menjadi pop Korea. Dengan adanya fenomena ini, manajemen-manajemen di Indonesia berlomba-lomba membuat boyband atau pun girlband, sebut saja SM*SH, 7Icon, dan Cherybelle. Gaya berpakaian remaja Indonesia yang dulu bergaya harajuku beralih ke gaya Korea.

Anak-anak muda Indonesia yang cenderung mudah menerima budaya baru inilah yang menjadi sasaran empuk bagi pihak-pihak dalam menyebarkan

hegemoninya. Dengan kecenderungan pihak Korea yang memiliki paham kapitalis, dan media-media Indonesia yang mengetahui selera-selera anak muda Indonesia saat ini, maka mulailah mereka menyebarkan hegemoni-hegemoni mereka di benak anak muda Indonesia.

Stasiun-stasiun TV di Indonesia berlomba-lomba menayangkan drama-drama Korea. Indosiar contohnya, selain membeli hak cipta drama-drama Korea, ia juga membeli hak cipta acara musik stasiun TV Korea, KBS, yaitu Musik Bank, yang ditayangkan di Indosiar setiap hari Sabtu dan Minggu pukul 12.00. (<http://id-id.facebook.com/MusicBankIndosiar>). Selain itu, acara musik tahunan Korea yaitu MNet Asian Music Award (MAMA) milik MNet Media juga dibeli hak ciptanya oleh Indosiar.

(<http://hot.detik.com/music/read/2011/11/29/152512/1778277/1180/mama-2011-akan-tayang-di-indosiar>)

Selain Indosiar, stasiun TV O-channel juga membuat program sendiri bernama Top K-pop yang menyuguhkan berita-berita terbaru dunia hiburan Korea dan video-video musik Korea terbaru. Pihak-pihak promotor pun berlomba-lomba mengadakan konser-konser para penyanyi-penyanyi Korea.

Stasiun yang menayangkan program-program Korea pun disukai para anak-anak muda Indonesia, dan biasanya menjadi *trending topic* di jejaring sosial Twitter.

Para personel boyband dan girlband Indonesia pun mendapatkan angin segar karena anak-anak muda mulai melirik mereka. Dengan irama lagu dan busana yang kekorea-koreaan, mereka mampu menarik perhatian kaum remaja.

Bila ditelusuri, telah banyak aktris maupun aktor serta penyanyi korea, baik solo maupun grup, yang telah datang ke Indonesia. Mereka adalah antara lain:

1. Bo A



Gambar 2 1

Sumber: <http://princessyuka.blogspot.com/2010/08/boa.html>

Bo A, diva Korea, ini ke Indonesia dalam rangka mengisi acara Anugerah Musik Indonesia (AMI) Samsung Award tahun 2004. Ini merupakan langkah awal pihak Korea Selatan untuk memperkenalkan artis K-pop di Indonesia.

2. Jang Na Ra



Gambar 2 2

Sumber: <http://chaerindandellion.files.wordpress.com/2010/04/jangnara4294-1.jpg>

Jang Na Ra berkunjung ke Indonesia dalam rangka mempromosikan album barunya. Ia juga tampil di gebyar BCA menyanyikan lagu Sweet Dreams. Lagu tersebut cukup terkenal di Indonesia dan video musik tersebut banyak ditayangkan di stasiun TV Indonesia.

3. Lee An



Gambar 2 3

Sumber: <http://noizumi.files.wordpress.com/2009/01/lee-an-photo.jpg>

Lee An telah beberapa kali datang ke Indonesia serta berkolaborasi dengan artis-artis Indonesia. Kedatangannya adalah untuk mempromosikan Korea yang diselenggarakan oleh Korea Trade Organization (KTO).

4. Paran



Gambar 2 4

Sumber: <http://chaerindandellion.files.wordpress.com/2010/04/paran1.jpg>

Paran merupakan boyband korea yang pertama kali konser di Indonesia tahun 2007. Konser tersebut merupakan bagian dari rangkain tur Asia mereka. Karena ini konser pertama artis Korea Selatan, ini cukup menarik perhatian remaja-remaja Jakarta dan mereka mulai berharap akan ada artis-artis Korea Selatan yang datang lagi.

5. Lee Dong Wook



Gambar 2 5

Sumber:

<http://images.reenna.multiply.com/image/1/photos/upload/300x300/RjTGrAoKCr8AAFgq8i41/CIMG1555.jpg?et=GzCfczVtL5%2CT5GmG%2BvYe5Q>

Lee Dong Wook datang ke Indonesia tahun 2007 untuk menemui fans-fans Indonesia. Ia populer di Indonesia karena drama yang dibintanginya tayang di Indosiar. Karena itulah Indosiar membuatkan program spesial untuknya **Rendezvous with Li Dong Wook**. Hal ini juga menjadi langkah untuk mempopulerkan drama Korea Selatan di Indonesia.

6. Ha Ji Won, Jo In Sung, So Ji Sub dan Park Ye Jin



Gambar 2 6

Sumber: <http://chaerindandellion.files.wordpress.com/2010/04/2807asm1.jpg>

Mereka syuting di Jakarta dan Bali untuk drama Memories of Bali. Serial yang pernah ditayangkan di indosiar. Yang membuat bangga adalah bagaimana Ha Ji Won dapat berkomunikasi dalam bahasa Indonesia dalam drama tersebut. Karena dramaini banyak memuat lokasi-lokasi di Indonesia, inilah yang menjadi kekuatannya untuk menyedot perhatian penikmat drama dari Indonesia.

Universitas Indonesia

7. Kim Nam Gil



Gambar 2 7

Sumber: <http://nana-catatanku.blogspot.com/2010/01/kim-nam-gil-di-padang-indonesia.html>

Ia datang ke Indonesia dalam rangka bakti sosial. Kim Nam Gil yang tergabung dalam organisasi sosial memberikan bantuan kepada penduduk yang kurang mampu di Jakarta. Hal ini cenderung untuk membuktikan bahwa artis Korea Selatan itu memiliki jiwa sosial yang tinggi. Hal ini juga mendorong tumbuhnya kekaguman tersendiri bagi warga Indonesia kepada Korea Selatan.

8. Rain (Bi)



Gambar 2 8

Sumber: <http://namikafujita.files.wordpress.com/2010/02/rain1.jpg>

Rain/Bi (Jung Ji Hoon) yang sudah lebih dulu terkenal di Indonesia sebagai aktor tahun 2004 silam sebagai Lee Yong-jae di drama Full House akan mampir ke Jakarta sebagai salah satu rangkaian tur Asia nya. Konser digelar pada tanggal 3 Desember 2009. Dengan konser yang berdurasi 120 menit, berlokasi di JITEC Mangga Dua Square. Dengan mahalnya tiket konser yang ditawarkan namun habis terjual tersebut, mencerminkan bahwa K-pop telah mendominasi Indonesia sedemikian rupa.

9. SHINee



Gambar 2 9

Sumber: <http://yeppopo.files.wordpress.com/2010/10/25321955.jpg>

SHINee hadir di Indonesia-Korean Friendship Sharing Concert 2010 yang ditayangkan di TVRI dan Arirang. Ini adalah konser dimana penontonnya bisa mendapatkan tiketnya secara gratis. Kehadiran SHINee ini sangat menyedot perhatian banyak penonton Indonesia. Dan dalam hal ini, terjadi pertukaran budaya antara Indonesia dan Korea Selatan.

10. Goo Hye Seon



Gambar 2 10

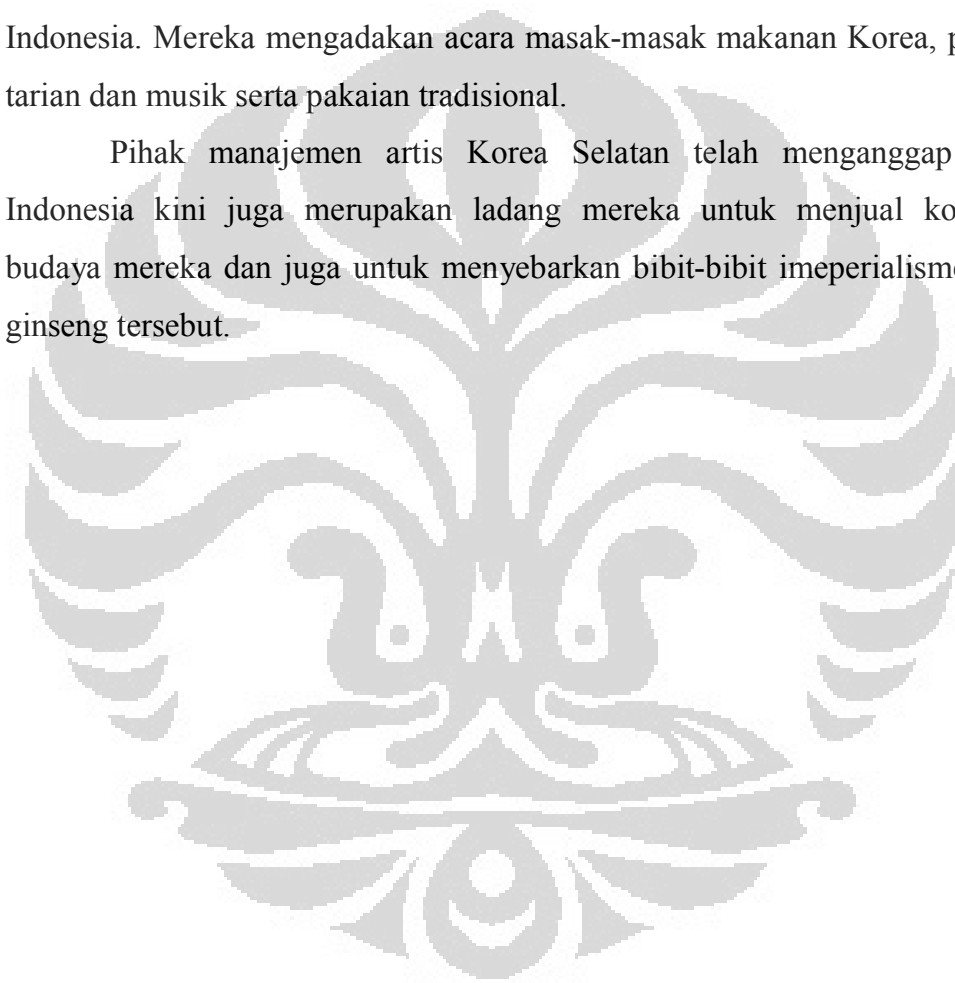
Sumber: http://4.bp.blogspot.com/_mRh1s9y621l/SgUC0PDwPbl/AAAAAAAAAI-8/qVAeScDoe44/s400/GHS+Bali+2.jpg

Pemeran utama wanita dalam Boys Before Flowers ini datang ke Indonesia untuk pemotretan dan kegiatan sosial. Beberapa artis Korea Selatan yang mengadakan bakti sosial di Indonesia, malah membuat kesan bahwa Indonesia merupakan negara miskin yang perlu bantuan. Ini adalah propaganda tersendiri dari Korea Selatan.

Dengan banyaknya artis-artis Korea Selatan yang telah menginjakkan kakinya di Indonesia, menandakan bahwa hal ini telah menjadi sebuah fenomena.

Dengan kedatangan artis-artis Korea Selatan di Indonesia, biasanya pihak promotor atau organisasi yang mendatangkan mereka pun membuat acara-acara juga dimana mereka bisa memamerkan kebudayaan Korea kepada Indonesia. Mereka mengadakan acara masak-masakan makanan Korea, pameran tarian dan musik serta pakaian tradisional.

Pihak manajemen artis Korea Selatan telah menganggap bahwa Indonesia kini juga merupakan ladang mereka untuk menjual komoditas budaya mereka dan juga untuk menyebarkan bibit-bibit imperialisme negeri ginseng tersebut.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma merupakan dasar dalam sebuah penelitian. Dalam penelitian ini, paradigma yang digunakan adalah paradigma *critical-constructionism*. Basic Belief (Metaphysics) of Alternative Inquiry Paradigms (Denzin and Lincoln, 1994)

Item	Positivism	Postpositivism	Critical Theory et al.	Constructionism
Ontology	Naive realism- “real” reality but apprehendable	Critical realism – “real” reality but only imperfectly and probabilistically apprehendable	Historical realism – virtual reality shaped by social, political, cultural, economic, ethnic, and gender values; crystallized over time	Relativism – local and specific constructed realities
Epistemology	Dualist/ objectivist; finding true	Modified dualist/ objectivist; critical tradition/ community; findings probably true	Transactional/ subjectivist; value- mediated findings	Transactional/ subjectivist; created findings
Methodology	Experimental/ manipulative; verification of hypothesis; chiefly quantitative methods	Modified experimental/ manipulative; critical multiplism; falsification of hypothesis; may include qualitative mehods	Dialogical/ dialectical	Hermeneutical/ dialectical

Tabel 3.1

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa dalam paradigma *critical-constructionism* secara ontologi ialah realisme sejarah yang secara

virtual dibentuk oleh sosial, politik, nilai-nilai budaya, ekonomi, etnik, dan gender yang mengkristal dari waktu ke waktu. Secara epistemology, paradigma *critical-constructionism* ialah *transactional* dan *subjectivist*. Peneliti dan objek penelitian diasumsikan berhubungan secara interaktif untuk menemukan penemuan. Yang terakhir ialah secara methodology, *dialogical* dan *dialectical*. Dalam penelitian, konstruksi individu dapat muncul melalui interaksi antara peneliti dan informan. Konstruksi yang bermacam-macam ini diinterpretasikan agar realitas yang sebenarnya dapat diperoleh.

Dengan menggunakan paradigma *critical-constructionism*, penelitian mengenai fenomena musik pop Korea ini, peneliti berusaha berinteraksi dengan informan melalui wawancara secara mendalam. Dalam berinteraksi, peneliti diharuskan menginterpretasikan maksud-maksud yang tidak nampak dipermukaan. Hal ini dilakukan agar hasil penelitian yang objektif, yang menyajikan realitas yang nyata, bisa didapatkan.

3.2 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, digunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan ini biasanya menekankan pada kata-kata dari pada kuantitas dalam mengumpulkan dan menganalisa data.

Pendapat Lindlof dan Taylor (2002), secara mendasar penelitian kualitatif ini mencari kebenaran dan menganalisa bentuk yang tersituasi, isi, dan pengalaman atas tindakan sosial, dari pada mengubahnya menjadi matematis atau transformasi formal lainnya. Pembicaraan, bahasa tubuh, dan lainnya merupakan materi mentah untuk dianalisa.

Berdasarkan Kriyantono (2006), ciri-ciri pendekatan kualitatif ini ialah:

1. Intensif, partisipasi peneliti dalam waktu yang lama di lapangan, peneliti merupakan instrumen pokok penelitian.

2. Perekaman dilakukan dengan hati-hati. Hal-hal kecil yang terjadi di lapangan dicatat sebagai bukti-bukti dokumenter.
3. Analisis data lapangan.
4. Melaporkan hasil penelitian termasuk deskripsi detail, kutipan, dan komentar-komentar.
5. Tidak ada realitas yang tunggal, setiap periset mengkreasi realitas sebagai bagian dari proses penelitiannya. Realitas dipandang sebagai dinamis dan produk konstruksi sosial.
6. Subjektif dan berada hanya dalam referensi peneliti. Peneliti sebagai sarana penggalan interpretasi data.
7. Realitas adalah holistik dan tidak dapat dipilah-pilah.
8. Peneliti memproduksi penjelasan unik tentang situasi yang terjadi dan individu-individunya.
9. Lebih pada kedalaman (depth) daripada keluasan (breadth).
10. Prosedur penelitian: empiris-rasional dan tidak berstruktur.
11. Hubungan antara teori, konsep dan data: data memunculkan atau membentuk teori baru.

Dengan metodologi penelitian ini, sangat mudah untuk peneliti mengaitkan fenomena-fenomena yang terjadi di masyarakat dalam bentuk teks. Dengan demikian penjelasan dalam penelitian terhadap sebuah gejala fenomena sosial ini akan menjadi utuh. Data yang diperoleh merupakan data yang sebenarnya dengan interpretasi makna dibalik data itu juga.

Tradisi yang digunakan adalah *phenomenological analysis*. Fenomenologi sebenarnya merupakan istilah filosofis yang diasosiasikan kepada Edmund Husserl yang merujuk pada pemikiran fenomena yang ada, baik itu yang ‘objektif’ maupun yang ‘subjektif’. Baxter dan Babbie (2004) mengutip Creswell, sebuah penelitian fenomenologi mendeskripsikan makna

pengalaman hidup beberapa orang tentang sebuah konsep atau fenomena. Peneliti yang mengadopsi pendekatan ini tertarik tentang apakah pengalaman yang disajikan sama dengan perasaan mereka yang juga pernah mengalaminya. Tujuan dari penelitian sejenis ini ialah untuk memposisikan pembaca untuk merasakan perasaan informan dan memiliki pemahaman yang mendalam atas seperti apa perasaan orang-orang yang mengalaminya. Pusat dari analisa fenomenologi ini ialah kepercayaan bahwa ada esensi untuk mengalami fenomena yang terjadi, dan peneliti berusaha untuk menggali lebih dalam lagi esensi tersebut.

Demam terhadap musik pop Korea, dengan demikian, dapat disebut sebuah fenomena. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, peneliti bersaha untuk menggali secara mendetail dan mendalam kebenaran dan pengalaman serta bagaimana perspektif para penggemar musik pop Korea ini.

3.3 Unit analisis

Dalam penelitian kualitatif, menentukan unit analisis merupakan hal biasa. Peneliti diharuskan meneliti siapa yang akan menjadi unit analisisnya berdasarkan tempat, keadaan, orang-orangnya, kegiatan, peristiwa, dan waktu. Menurut Lindlof dan Taylor (2002), kebanyakan penelitian mendesain beberapa kombinasi dari unit-unit ini yang kemudian digunakan untuk menemukan suatu strategi sampling.

Tempat dan keadaan (*sites and settings*) ialah tempat-tempat geografis yang memiliki makna sosial dan budaya bagi orang-orang. Tempat dan keadaan ini menjadi sangat penting sebagai unit analisis ketika seseorang ingin mempelajari bagaimana orang-orang berinteraksi dengan alam dan lingkungan yang terbangun.

Nilai dari orang-orang (*persons*) sebagai unit analisis itu sangat jelas dalam penelitian-penelitian yang menggunakan wawancara. Peneliti merekrut orang-orang untuk wawancara kualitatif karena mereka memiliki pengalaman atau memiliki pengetahuan atau pun ahli di suatu bidang untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian. Posisi dari orang-orang ini bisa berada dalam sebuah organisasi, kelompok, atau masyarakat luas dapat menjadi dasar penyeleksian wawancara.

Kegiatan dan peristiwa dapat dijadikan satu karena mereka ialah unit analisis yang berkaitan satu sama lain. Kegiatan ialah hal-hal yang dilakukan individu atau kelompok yang secara luas dalam performa sosial. Peristiwa merupakan rangkaian tingkah laku yang bersama-sama membentuk kegiatan. Dapat dilihat bahwa peristiwa ini ialah bagian dari kegiatan.

Waktu bukanlah dimensi yang sangat bermakna. Tetapi, ketika berhubungan dengan keadaan, orang-orang, kegiatan dan peristiwa, waktu dapat menjadi unit analisis yang menonjol.

Dalam penelitian yang berfokus mengenai fenomena musik pop Korea ini, peneliti membutuhkan informan-informan yang mengetahui secara mendalam mengenai musik pop Korea. Sehingga unit analisis yang diteliti dalam penelitian ini ialah berdasarkan *persons*. Persons ini adalah orang-orang yang memiliki pengalaman dalam menggemari musik pop Korea. Dalam hal ini ialah penggemar-penggemar musik pop Korea remaja yang selalu mengikuti berita idola mereka, membeli album-album CD penyanyi pop Korea, aktif di jejaring sosial, dan pernah menonton konser-konser penyanyi-penyanyi korea di dalam negeri maupun luar negeri.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel Data

Dalam penelitian ini, peneliti membutuhkan informan yang mengetahui secara mendalam tentang musik pop Korea dan informan tersebut merupakan penggemar jenis musik tersebut. Untuk memperoleh data tersebut, peneliti bergabung dengan forum-forum fanbase boyband maupun girlband Korea. Peneliti mencari informan-informan yang terlihat cukup menonjol di forum-forum tersebut dan memang memiliki banyak pengalaman dalam menggemari musik pop Korea ini. Dengan demikian untuk pemilihan sampel data, peneliti menggunakan metode sampling purposif (*purposive sampling*), yaitu mencakup informan yang diseleksi atas berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan penelitian.

Jumlah subjek penelitian fenomenologi yang disarankan oleh Dukes dan Riemen (dalam Creswell, 1998) adalah sampai 10 orang. Awalnya dalam penelitian ini peneliti mendapatkan informan sebanyak 5 orang. Peneliti dan informan banyak berhubungan dengan media *Blackberry Messenger*. Peneliti berhasil mewawancarai kelima informan. Tetapi ketika peneliti ingin melakukan wawancara tambahan, peneliti mendapatkan kontak *Blackberry Messenger* salah satu informan telah hilang. Peneliti beranggapan bahwa informan telah menghapus kontak peneliti, sehingga peneliti memutuskan tidak menggunakan hasil wawancara dengan informan tersebut. Sehingga dalam penelitian ini akhirnya peneliti menganalisa hasil wawancara 4 informan saja.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam atau *depth interview* dimana pertanyaan akan difokuskan kepada pernyataan penelitian yang sebelumnya telah disusun dalam *interview guide*

dengan tujuan agar pertanyaan yang disampaikan tetap fokus pada perumusan masalah.

Secara umum, wawancara merupakan proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka atau peneliti dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara, dimana peneliti dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama. (Bungin, 2007)

Metode wawancara mendalam (*in-depth interview*) adalah sama dengan metode wawancara lainnya, hanya peran pewawancara, tujuan wawancara, peran informan, dan cara melakukan wawancara berbeda dengan wawancara pada umumnya. Sesuatu yang amat berbeda dengan wawancara lainnya itu adalah bahwa wawancara mendalam dilakukan berkali-kali dan membutuhkan waktu yang lama bersama informan di lokasi penelitian, hal mana kondisi ini tidak pernah terjadi pada wawancara pada umumnya.

Peran peneliti dalam hal ini memerlukan peran aktif agar wawancara dapat dilaksanakan dan berjalan dengan baik. Peran peneliti disini ialah untuk mengendalikan wawancara. Dan juga sebagai peneliti, pewawancara harus memahami apa tujuan ia melakukan wawancara terhadap informan. Dengan demikian peneliti juga terikat dengan tujuan-tujuan melakukan wawancara, termasuk juga terus mengembangkan tema-tema wawancara baru di lokasi wawancara.

Dalam wawancara secara mendalam ini peran informan menjadi pusat, meskipun terdapat beberapa informan. Tugas peneliti sebagai pewawancara ialah untuk tetap menjaga agar peran informan selalu dapat berfungsi sebagaimana perannya dalam proses sosial yang sebenarnya.

Dalam proses wawancara dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu penyamaran dan terbuka. Penyamaran adalah peneliti menyamar sebagai anggota masyarakat pada umumnya dan hidup dan beraktivitas dengan wajar

dengan orang yang diwawancarai. Sebaliknya wawancara secara terbuka, maka informan mengetahui kehadiran peneliti sebagai pewawancara yang melakukan tugas di lokasi penelitian.

Dalam wawancara secara mendalam ini, dengan unit analisis beberapa orang penggemar musik pop Korea, peneliti ingin menerapkan proses wawancara terbuka. Dimana antara peneliti dan informan mengetahui posisi masing-masing. Ditambah lagi, dengan proses wawancara terbuka ini dapat memudahkan peneliti dalam membuat catatan harian mengenai kejadian-kejadian kecil yang terjadi dalam proses wawancara. Dengan demikian catatan kecil inilah juga dapat menjadi data analisis tambahan bagi peneliti. Semakin banyak catatan harian maka semakin hemat waktu karena tidak perlu melakukan wawancara ulangan untuk membicarakan hal yang sama dan umumnya informan bosan dan bahkan mencurigai pertanyaan yang terus diulang-ulang.

3.6 Teknik Analisis Data

Informasi yang didapatkan melalui wawancara mendalam, akan dianalisis menggunakan teknik *coding*. *Coding* data kualitatif, apakah itu dalam bentuk catatan lapangan observasi, video atau rekaman audio, wawancara terbuka, atau dokumen sejarah rinci, merupakan sebuah tantangan untuk melakukan sistematisasi dan menyederhanakan prosesnya, membuatnya tampak seperti urutan tiga-langkah tetap dengan *open* (terbuka), *axial*, dan selektif *coding*.

Dalam penelitian yang dilakukan Weston dan rekan (2001), proses analisis dimulai dengan membaca data transkrip wawancara. Sistem ini memiliki definisi untuk setiap gagasan dan aturan yang telah diberi kode dengan contoh-contoh untuk mengubah data mentah menjadi kode. Kemudian menggunakan sistem untuk memilih kode dari data mentah. Merevisi sistem

coding dan menambahkan subtype dari kode asli diperlukan. Proses ini diulang beberapa kali dengan melakukan *coding* data mentah, dan merevisi sistem *coding*. Melanjutkan proses dari merefleksikan kode.

Coding merupakan dua aktivitas yang bersamaan antara mereduksi data mekanik dan analisa kategori data. Peneliti menentukan urutan data. Menurut Boyatzis (1998), melihat atau mengenali tema yang ada didalam data menggunakan empat kemampuan;

- mengenali pola-pola dari data yang ada
- mempertimbangkan system dan konsep yang ada
- mengetahui pengetahuan yang lebih detail mengenai sesuatu atau in-depth background, ex: mengetahui mitos-mitos yang ada di Yunani untuk memahami karya-karya Shakespeare akan lebih membantu
- memiliki banyak informasi yang berkaitan dengan penelitian

Sedangkan kesalahan yang sering terjadi dalam coding menurut Schwandt (1997) adalah:

- tetap berada pada tingkat deskriptif bukan analisa
- memperlakukan coding sebagai proses mekanis murni
- membuat coding menjadi kaku dan tidak fleksibel

Kode memiliki lima bagian yaitu label atau nama yang terdiri dari satu sampai tiga kata, definisi dengan karakteristik utama, sebuah “flag” yang memberikan penjelasan untuk mengenali kode yang ada dalam data, adanya larangan atau kualifikasi dan sebuah contoh. Coding data merupakan pekerjaan yang berat karena mereduksi kumpulan data yang sangat banyak menjadi kelompok-kelompok data kecil. Untuk bisa mengatur data, peng-kode-an membolehkan peneliti untuk secara cepat menemukan kembali bagian-bagian yang sama dari data yang ada. Strauss (1987:55) memperingatkan coding

adalah proses yang paling sulit untuk peneliti yang tidak berpengalaman untuk memahami dan menguasainya.

Tiga langkah dalam *coding* data kualitatif ialah:

- **Open Coding**

Open coding dilakukan pada tahap awal setelah data dikumpulkan. Peneliti meletakkan tema dan memberikan kode awal untuk memperkecil data ke dalam kategori. Peneliti kemudian membaca catatan lapangan, historis sumber, atau data lainnya, mencari hubungan kritis, orang sentralnya, kejadian kunci, atau tema, yang kemudian dicatat. Kemudian konsep pendahuluan (preliminary) dilabelkan pada ujung notes atau catatan di komputer dan distabilo atau diwarnai dengan warna yang berbeda atau peneliti bisa menggunakan cara lain dengan tujuan yang sama. Peneliti bisa menciptakan tema baru dan mengubah kode awal dalam analisis berikutnya. Kerangka teori juga membantu apakah data-data digunakan dengan fleksibel.

Open-ended coding memperluas catatan atau memo analisis yang peneliti tulis untuk dirinya sendiri ketika mengumpulkan data. Peneliti harus menulis catatan dalam koding mereka.

- **Axial Coding**

Ini adalah tahap kedua dari data. Selama open coding, fokus peneliti adalah pada data konkrit dan menetapkan label kode dengan tema. Tidak diperdulikan membuat hubungan antara tema dan menguraikan konsep dengan tema yang diwakili. Sebaliknya, dalam axial coding, peneliti mulai dengan serangkaian kode sebelumnya atau konsep sebelumnya. Dalam tahap dua ini, peneliti lebih fokus pada kode tema daripada data. Kode tambahan atau ide baru mungkin juga muncul pada tahap ini, dan itu harus dicatat, tetapi tugas utamanya tetap pada me-review dan memeriksa kode sebelumnya.

Mengorganisir ide atau tema dan mengidentifikasi poros kunci konsep dalam analisis.

- **Selective Coding**

Menurut Baxter dan Babbie (2004), *selective coding* merujuk pada proses suatu kategori inti dimana semua dari kategori-kategori lain dapat diintegrasikan. Kategori inti ini merupakan jantung analisis.

Di waktu yang sama, *selective coding* ini melibatkan validasi dari setiap hubungan kategori, dan kemudian melengkapi setiap kategori yang mungkin dapat dikembangkan lebih lanjut. Selama proses ini, kategori-kategori dan inter-relasinya dikombinasikan menjadi alur cerita yang mendeskripsikan apa yang terjadi dalam sebuah fenomena yang diteliti.

Dalam penelitian ini, setelah semua data hasil wawancara terkumpul, peneliti akan memecah hasil wawancara tersebut menjadi kategori-kategori (*open coding*). Kemudian dari kategori-kategori inilah yang dikaitkan dengan teori-teori yang berada di bab 2 (*axial coding*). Lalu peneliti akan membuat alur cerita tentang apa yang dihasilkan dalam axial coding tersebut (*selective coding*).

3.7 Strategi Analisis Penelitian

Metode analisis data yang digunakan peneliti adalah *narrative analysis*. Menurut Neuman (2006), analisis naratif mengacu pada jenis data kualitatif, sebuah bentuk penelitian dan pengumpulan data; sebuah cara untuk mendiskusikan dan menyampaikan data-data, berbentuk teknik analisis data kualitatif, serta penjelasan teoritis.

Penelitian naratif adalah metode investigasi dan pengumpulan data yang mencoba untuk menjaga kualitas narasi yang terdapat dalam kehidupan

sosial. Peneliti dalam penelitian naratif mencoba mengambil pengalaman hidup orang-orang biasa tanpa merusak karakter narasinya. Peneliti juga menempatkan diri, secara sadar, sebagai bagian dari plot atau alur narasi.

3.8 Kriteria Kualitas Penelitian

Menurut Lincoln dan Guba (1986) dalam Patton (2002), terdapat empat standar utama kriteria kualitas penelitian kualitatif: standar kredibilitas, standar transferabilitas, standar dependabilitas, dan autentisitas.

Standar kredibilitas ialah hasil penelitian yang kredibel dan dapat dipercaya berdasarkan perspektif informan dalam penelitian. Peneliti terlibat dalam pengumpulan data, dan menggali data dari informan melalui wawancara. Peneliti dengan sungguh-sungguh melakukan penelitian dari awal sampai akhir penarikan hasil laporan.

Standar transferabilitas merupakan terdapatnya pertanyaan empiris yang tidak dapat dijawab oleh peneliti itu sendiri, namun dapat dijawab oleh pembaca hasil penelitian. Konteks dan fokus penelitian berisi gambaran dan pemahaman yang dianggap dapat dipahami oleh pembaca hasil laporan.

Standar dependabilitas adalah pengecekan kembali dalam mengkonseptualkan apa yang diteliti menurut standar reliabilitas. Semakin konsisten peneliti dalam keseluruhan proses penelitian maka semakin memenuhi standar dependabilitas. Untuk itu diperlukan pengkajian ulang seluruh hasil penelitian.

Standar autentisitas mengidentifikasi penelitian yang dihasilkan dari perspektif informan. Peneliti menggambarkan secara jelas apa yang disampaikan informan, sehingga hasil penelitian dapat juga dipahami oleh pembaca lain.

Dalam penelitian ini, peneliti juga menekankan pada *confirmability*. Peneliti menjadi jarak dengan informan agar informasi data yang didapat

objektif. Dengan confirmability ini, pengecekan ulang terhadap informan dapat dilakukan. Pengecekan ini dilakukan untuk menjaga kualitas penelitian dalam penelitian terhadap musik pop Korea ini.



BAB 4

DATA HASIL TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini ingin menjelaskan bagaimana imperialisme budaya Korea, khususnya musik K-pop, telah mendominasi dalam paradigma anak muda Jakarta sekarang. Dalam bab ini, peneliti akan menjabarkan analisa yang didapatkan dari hasil wawancara para informan secara keseluruhan.

4.1 Deskripsi Informan

Pada penelitian ini, peneliti memilih 4 informan. Dalam Creswell (1998), Dukes dan Riemen menyatakan bahwa penelitian fenomenologi dapat dilakukan dengan meneliti 3 sampai 10 orang yang memiliki pengalaman dalam sebuah fenomena. Menurut peneliti, dengan 4 orang informan tersebut, peneliti telah mendapatkan data yang dibutuhkan dalam menganalisa fenomena musik K-pop di Jakarta.

4.1.1 Informan 1

Informan 1 berusia 18 tahun, lahir dan dibesarkan di Jakarta. Berasal dari etnis Tionghoa. Ayah informan seorang freelancer fotografer dan ibunya seorang pegawai di perusahaan swasta di Jakarta. Ia anak ke-2 dari 2 bersaudara. Memiliki kakak perempuan yang sedang menempuh pendidikan di Universitas Tarumanegara jurusan Desain Komunikasi dan Visual. Informan sudah lulus SMA tahun 2012 ini, dan akan melanjutkan kuliah di Universitas Keimyung, Korea Selatan.

Pengen... Makanya pengen kuliah disono...

(berbinar). (Informan 1)

Universitas Indonesia

Uda daptar, uda belajar bahasanya... Tapi masih pake bahasa Inggris sih itu belajarnya. (Informan 1)

Uda... Keimyung University... (Informan 1)

Ambil bisnis (nyengir) (Informan 1)

Orang tua informan masih mengkhawatirkan kepergian informan kuliah di Korea Selatan, karena informan maupun keluarga belum ada yang pernah menginjakkan kaki ke Korea Selatan dan tidak ada sanak keluarga di negeri ginseng tersebut. Ditambah lagi warga Korea Selatan yang belum banyak yang berbahasa Inggris.

Saat ini informan selagi menunggu waktu keberangkatan ke Korea Selatan, ia menjalani bisnis *online shop*-nya: JKPoop, yang menjual album-album CD maupun DVD musik Jepang dan Korea. Orang tua mendukung hobinya menggemari K-pop karena dapat membuatnya belajar berbisnis juga.

Informan memperdalam bahasa Korea-nya dengan kursus di sebuah lembaga les bahasa Korea: Bina Lembaga Cerdas, menempuh level 5. Tempat kursus tersebut dimiliki dan dibuka oleh sepasang suami-istri asal Korea Selatan, dan mereka juga yang mengajar langsung bahasa Korea tersebut. Informan 1 ini juga telah mengikuti tes TOPIK (Test of Proficiency in Korean), dan baru saja dinyatakan lulus pada tahap level. 2.

Peneliti pernah menyaksikan informan menarikan tarian musik-musik K-pop dalam sebuah acara tahunan di Bina Lembaga Cerdas.

Diketahui bahwa informan senang menari, dan sering berlatih sendiri tarian-tarian musik K-pop di rumah dengan menyaksikan koreografinya melalui musik video artis-artis Korea.

Ketika peneliti melakukan wawancara, informan mengaku harus buru-buru karena ada acara *prom night* di sekolahnya. Dan beruntung wawancara tidak memakan waktu terlalu lama. Kemudian untuk wawancara berikutnya peneliti banyak berhubungan dengan informan 1 melalui *Blackberry Messenger*.

Wawancara pertama dengan informan dilakukan setelah mengikuti kursus bahasa Korea di Bina Lembaga Cerdas, pukul 12.30. Informan 1 mengenakan pakaian kasual dan celana jeans pendek, serta sepatu *flat*. Wawancara dilakukan di dalam kelas les bahasa Korea tersebut. Keadaan ruang kelas cukup nyaman dan hanya ada beberapa murid yang sedang mengobrol dengan guru les bahasa Korea, sehingga hasil rekaman wawancara cukup jelas dan tidak terdapat *noise* yang berarti.

4.1.2 Informan 2

Informan 2 dilahirkan di Jakarta, dan berusia 17 tahun. Ia anak tunggal. Ayah bekerja sebagai karyawan di sebuah perusahaan Kehutanan. Dan ibu informan seorang ibu rumah tangga. Informan saat ini baru selesai pendidikan kelas 2 SMA dan akan melanjutkan ke kelas 3 SMA.

Peneliti mendapatkan kontak informan berupa pin *Blackberry* dari seorang teman yang dalam penelitian ini merupakan informan 3. Kemudian peneliti menghubungi kontak *Blackberry Messenger*-nya, serta menjelaskan penelitian yang sedang dilakukan peneliti. Karena

topik penelitian ini mengenai K-pop, informan dengan senang hati bersedia membantu peneliti dan akan menjawab setiap pertanyaan.

Peneliti memiliki keterbatasan untuk wawancara dengan informan 2 secara langsung karena peneliti bekerja di luar Jakarta. Sehingga peneliti menggunakan media Blackberry Mesenger untuk proses mengumpulkan data.

Ketika wawancara pertama berlangsung pada tanggal 27 Mei 2012 pukul 16.00, informan 2 diketahui sedang menghadapi Ujian Akhir Sekolah pada keesokan harinya. Peneliti cukup khawatir apabila wawancara ini mengganggu kegiatan belajarnya, namun informan bersikeras makin cepat wawancara makin baik.

4.1.3 Informan 3

Informan 3 lahir di Jakarta 17 tahun silam. Saat ini ia merupakan seorang murid di sebuah SMA keternak di Jakarta dan akan menjalani kehidupan kelas 3-nya. Ayah informan bekerja sebagai manajer di Bank Mandiri di Solo, dan pulang pergi Jakarta-Solo setiap akhir pekan. Dan Ibu informan juga bekerja di sebuah Bank, Bank Indonesia, di Jakarta. Ia merupakan anak pertama dari tiga bersaudara. Kedua adik informan 3 ialah laki-laki. Adik informan yang paling besar sekolah di tingkat 3 SMP, dan adik bungsu informan berada di tingkat 3 SD.

Peneliti mengenal informan 3 sudah 2 tahun karena sama-sama dalam satu kelas ketika mengikuti les bahasa Korea di Bina Lembaga Cerdas. Informan kemudian berhenti les Korea di akhir level 3, karena ia telah mengikuti study tour ke Korea. Dan menurutnya setelah study tour selama 2 minggu ke Korea Selatan, bahasa Korea-nya semakin

baik, dan telah memiliki beberapa teman yang berasal dari Korea Selatan untuk membantunya mempraktikkan bahasa Korea-nya.

Peneliti bertemu dengan informan di sebuah minimarket 24 jam bernama 7-Eleven di pertigaan Universitas Bina Nusantara. Peneliti memilih tempat tersebut sebagai tempat wawancara karena lokasi minimarket tersebut cukup dekat dengan rumah informan yang bisa ditempuh dengan berjalan kaki selama kurang lebih 5 menit.

Peneliti dan informan berjanji akan bertemu pada hari minggu, 27 Mei, siang hari. Namun informan menyatakan bahwa ia masih berada di kawasan Puncak dan terjebak macet setelah berlibur. Sehingga peneliti dan informan mengubah janji untuk bertemu pada malam hari.

Informan datang ke 7-Eleven dengan mengenakan pakaian santai dan terlihat cukup lelah namun masih terlihat ceria. Informan 3 ini ditemani oleh pembantu rumah tangganya, karena kawasan rumah informan cukup gelap dan ia takut pulang dan berjalan sendiri di kawasan rumahnya.

4.1.4 Informan 4

Informan 4 dilahirkan di Jakarta, 17 tahun silam. Ia merupakan anak ke dua dari dua bersaudara. Ayah berkerja sebagai karyawan di perusahaan swasta dan Ibunya adalah seorang ibu rumah tangga.

Peneliti mendapatkan kontak informan 4 dari informan 3 yang sama-sama menjadi admin di sebuah komunitas fanbase SHINee. Admin kemudian menghubungi akun Twitter-nya dan kemudian informan 4 memberikan pin Blackberry-nya.

Peneliti mendapati informan 4 seorang yang ceria dan supel. Karena ia langsung akrab dan tidak terkesan canggung. Informan tidak ragu-ragu menceritakan pengalaman-pengalamannya dalam dunia K-pop.

Meskipun informan 4 mengagumi K-pop, ia malah ingin melanjutkan sekolahnya di Jurusan Art di Jepang. Karena baginya, seni di Jepang itu lebih unik dibandingkan di Korea Selatan.

4.2 Awal Ketertarikan Terhadap K-pop

Awal ketertarikan ke-empat informan terhadap K-pop adalah di waktu yang berbeda meskipun ada tiga informan yang menunjukkan tahun yang sama. Informan 1 mengatakan bahwa ia mulai menyukai K-pop pada tahun 2009 awal. Informan 2 menyatakan ia mulai menyukai K-pop pada tahun 2009 akhir. Informan 3 menyukai K-pop sejak 2008. Dan informan 4 menyukai K-pop sejak tahun 2009.

Alasan mereka bisa sampai menyukai K-pop pun berbeda-beda. Informan 1 bisa menyukai K-pop di awal tahun 2009 itu karena berawal ketika ia iseng menonton tayangan K-pop di TV kabel, dan kemudian tayang video musik dari Girls' Generation (Gambar 4 1) dengan judul Gee dan Wonder Girls (Gambar 4 2) dengan judul Nobody. Kedua video musik tersebut menurut informan 1 sangat *easy-listening* dan memiliki lirik lagu yang lucu.



Gambar 4 1

Sumber: <http://4.bp.blogspot.com/-wd->

[WnmaIvcQ/TVUipgXpHrI/AAAAAAAAADE/EynSHsARh2g/s1600/gee.jpg](http://4.bp.blogspot.com/-wd-WnmaIvcQ/TVUipgXpHrI/AAAAAAAAADE/EynSHsARh2g/s1600/gee.jpg)



Gambar 4 2

Sumber: http://www.koreanbeacon.com/wp-content/uploads/2009/10/wonder_girls.jpeg

Informan 2 mulai menyukai K-pop pada akhir tahun 2009. Itu disebabkan oleh drama Korea: BBF (Boys Before Flowers) yang sedang tayang di stasiun TV Indosiar. Drama tersebut mengadaptasi ceritanya dari komik Hanayori Dango, yang juga pertama kali dibuat drama dalam drama Meteor Garden (gambar 4 3) dan juga versi asli Jepang yang berjudul sama dengan komiknya Hanayori Dango (gambar 4 4). Dalam Boys Before Flowers (gambar 4 5) terdapat aktor yang memerankannya bernama Kim Hyun Joong, dan informan menyukai aktor tersebut. Informan 2 kemudian mulai mencari-cari informasi mengenai Kim Hyun Joong dan mendapati bahwa ia merupakan personel SS501. Informan 2 pun mulai mengikuti tentang boyband-boyband Korea.



Gambar 4 3

Sumber: http://img2.s-mysoju.com/images/upload/Meteor_Garden.jpg



Gambar 4 4

Sumber:

http://3.bp.blogspot.com/_aXG6WxdRiXI/TUv56ZgPOUI/AAAAAAAAAAlk/mlWwZ3sZXic/s1600/hana-yori-dango2.jpg



Gambar 4 5

Sumber: [http://wiki.d-](http://wiki.d-addicts.com/static/images/thumb/7/73/BoysOverFlowers.jpg/300px-BoysOverFlowers.jpg)

[addicts.com/static/images/thumb/7/73/BoysOverFlowers.jpg/300px-BoysOverFlowers.jpg](http://wiki.d-addicts.com/static/images/thumb/7/73/BoysOverFlowers.jpg/300px-BoysOverFlowers.jpg)

Iya... kan Kim Hyun Joong itu personil SS501, terus aku sukanya dia, jadinya mulai nyari-nyari info boyband Korea. (Informan 2)

Informan 3 mulai menyukai K-pop pada tahun 2008. Ia awalnya tidak begitu mengetahui mengenai K-pop. Ia mulai menyukai K-pop karena pengaruh seorang teman yang mengajaknya menonton sebuah variety show

Universitas Indonesia

sebuah boyband terkenal di Korea Selatan yang berjudul Full-House (gambar 4 6). Ia menyukai variety show tersebut karena menayangkan sekelompok pria yang konyol dan membuatnya penasaran tentang sekelompok pria tersebut.



Gambar 4 6

Sumber: <http://kodakloverzindo.files.wordpress.com/2011/05/super-junior-full-house.jpg>

Awalnya... sama sekali enggak punya ide tentang K-pop, sama sekali. Terus, aku punya teman dan dia juga baru suka. Terus abis itu, dia sukanya gara-gara nonton Super Junior Full-House. Tiba-tiba aku ditarik ke rumahnya disuru nonton. Terus jadi peasaran, ini apa? Terus langsung nyari video klipnya apa segala macam, autobiografi-nya gitu-gitu. Terus tiba-tiba eventually langsung suka. (informan 3)

Awal ketertarikan informan 4 akan K-pop bermula di tahun 2009. Ia menceritakan bahwa di sekolahnya telah banyak teman-temannya yang menyukai SNSD (So Nyeo Shi Dae / Girls' Generation) (gambar 4 1). Dan saat itu informan 4 hanya bersikap biasa saja, hingga suatu ketika informan sedang senggang dan iseng menonton video musik Korea di Youtube. Hal tersebut kemudian membuatnya ketagihan.

Dulu kan di sekolah sempet uda banyak yang suka, tapi rata-rata pada suka SNSD. Aku sih waktu itu enggak ngejek atau apa... biasa aja... nah abis itu temenku satu les, ada yang suka SHINee, akujuga biasa-biasa aja. Nah waktu kapan bosan, iseng nonton videosnya di Youtube eh ketagihan deh... (Informan 4)

Keempat informan menyukai K-pop berawal dari hal yang mirip sebetulnya. Mereka sama-sama menonton grup-grup yang memang telah sangat terkenal di Korea Selatan. Girls' Generation, Wonder Girls, dan Super Junior saat ini merupakan icon girlband dan boyband Korea Selatan. Lagu-lagu ketiga grup tersebut memiliki ciri khas tersendiri yang memang sangat enak untuk didengar dan membuat pendengarnya hanyut dan kemudian ketagihan.

4.3 Motif Menyukai Musik K-pop

Keempat informan memiliki pendapat sendiri mengapa musik K-pop sangat menarik perhatian mereka. Keempat informan tersebut menceritakan bahwa sebelumnya mereka juga telah menyukai musik-musik lain selain K-pop, namun saat ini yang membuat mereka ketagihan adalah K-pop.

Informan 1 berpendapat bahwa kelebihan musik K-pop ini ialah terletak pada anggota-anggota boyband dan girlband yang selalu enerjik. Dan lagu-lagu yang mereka bawakan biasanya sangat easy-listening sehingga informan 1 merasa nyaman mendengarkan musik K-pop. Informan 1 juga menambahkan bahwa dalam lagu-lagu K-pop terdapat banyak kata-kata yang lucu dalam liriknya sehingga itu menjadi daya tarik tersendiri.

Informan 1 menceritakan bahwa dulu sebelum ia menyukai K-pop, ia suka mendengarkan musik-musik barat dan Indonesia. Namun sekarang informan 1 tidak begitu menyukai musik barat karena baginya musik barat sekarang lengket dengan imej seksi.

Lain lagi dengan informan 2, menurutnya kelebihan musik K-pop itu terletak pada penyanyinya yang berkharisma dan musik K-pop memiliki warna tersendiri. Dalam hal ini, informan 2 menjelaskan bahwa artian berkharisma ini ialah si penyanyi memiliki wajah yang tampan dan cantik sehingga membuat dirinya nyaman memandang si penyanyi. Pendapat informan 2, warna musik K-pop itu unik karena tiap lagu pasti terdapat tarian-tarian yang khas.

Dulu sebelum informan 2 menyukai K-pop, ia lebih banyak mendengarkan musik-musik Indonesia. Tapi musik-musik tersebut tidak membuatnya ketagihan, berbeda dengan musik K-pop yang ia dengar saat ini.

Informan 3 mengakui bahwa yang menjadi magnet untuk tertarik dengan musik K-pop ialah penyanyi-penyanyi K-pop yang atraktif. Ia membandingkan penyanyi K-pop dengan penyanyi barat. Menurutnya penyanyi barat sering teriak-teriak untuk mengajak penggemar menyanyi bersama. Berbeda dengan penyanyi K-pop yang sering melakukan *fans service* seperti mengajak foto bersama dan melakukan *eye-contact*. Baginya interaksi seperti itu membuat penggemar merasa dekat dengan artis idolanya.

Informan 3 mengatakan bahwa ketika ia kecil dulu sangat gandrung dengan musik barat, terutama Westlife. Namun sekarang ia condong lebih menyukai K-pop.

Informan 4 berpendapat bahwa kelebihan musik K-pop terletak di paket keseluruhan yang dimiliki oleh artis-artisnya. Ia menjelaskan bahwa artis-artis K-pop tersebut tidak hanya pandai menyanyi, tetapi juga mereka bisa pandai menari serta memiliki penampilan yang menarik. Ia menambahkan bahwa idola-idola ini juga mampu tampil menghibur di berbagai acara-acara stasiun televisi baik dalam variety show maupun reality show.

IDK. Probably their performance, terus the whole packaging of the artists, how they dance, their

appearance, how they seem to entertain in variety and reality shows. I dont think that what you can get from stanning bands dari Amerika gitu-gitu, hehehe... terus mungkin karena jarak umurnya deket kan, jadinya lucu aja kayak gitu... (Informan 4)

Bagi informan 4, hal-hal yang seperti disebutkan diatas yang tidak bisa didapatkan ketika seseorang menyukai band-band barat.

Sebelum menyukai musik K-pop ini, informan 4 juga mengisahkan bahwa ia juga pernah menyukai musik mandarin, lalu mengarah ke musik-musik yang beraliran *black metal*, namun ia sekarang lebih merasa nyaman dengan menyukai musik K-pop. Informan 4 juga melanjutkan mengapa musik K-pop ini lebih unggul.

Ohhh itu kali ya ttp menurutku dgn adanya total exposure ke artis2 koreanya (kyk fancams, reality shows, fansites gt2) jd bikin adiktif, gak bosenin, dan fans kyk aku jd pgn lebih, kalo artis bule kan rata2 muncul sekali2 gt2, gk ada namanya teaser dan lain2, gk ada perasaan "anjir bnter lg teaser keluar ganteng bgt balala" hahaha (Informan 4)

Dalam pengamatan peneliti pun, *total exposure* ini diakui bahwa situs-situs yang menyajikan berita-berita seputar artis-artis Korea sangat cepat beritanya. Ketika sebuah berita atau gosip sedang menjadi headline di dunia hiburan Korea, media-media internet sangat cepat dalam menerjemahkan bahasa Korea menjadi inggris, agar mudah dicerna pengguna internet internasional, jarak antara berita yang berasal dari sumber Korea Selatan dengan yang telah diterjemahkan sering hanya berjarak beberapa menit. Bahkan ketika si artis idola mengadakan konser, situs-situs streaming langsung memuat banyak video-video *fancam*. Artis yang sedang naik daun, oleh stasiun televisi Korea biasanya akan diliput habis-habisan dan hadir dalam

acara variety maupun reality show. Ketika penyanyi Korea akan merilis sebuah single hingga video musik, manajemen akan mengunggah video teaser (video pendek) yang akan membuat penggemar sangat penasaran.

Informan 1 pun memberikan keterangan bahwa seorang idola di Korea, mereka tidak debut dengan instan. Melainkan mereka harus melalui audisi yang sangat ketat. Dan melalui pelatihan selama bertahun-tahun. Hal-hal tersebut lah yang membedakan boyband / girlband Korea dari negara-negara lain.

Dari pernyataan para informan, sangat terlihat bahwa penyanyi idola Korea memiliki banyak kelebihan yang jelas yang membuat remaja-remaja di mana-mana tertarik hingga tergila-gila. Manajemen-manajemen Korea melatih artis-artisnya sehingga bisa debut dengan keterampilan-keterampilan yang mampu menyedot perhatian para remaja.

4.4 Fenomena K-pop di Indonesia

Menurut Schiller (1976), Imperialisme budaya merupakan ekspresi umum untuk kecenderungan pengeksport industri media global, khususnya dari Amerika, untuk mendominasi konsumsi media di negara yang lebih kecil atau lebih miskin dan untuk menyebarkan budaya dan nilai-nilai mereka kepada audiens di mana pun.

Dalam masalah penelitian ini, bukan kebudayaan barat yang kian mendominasi negara-negara berkembang. Melainkan budaya Korea, yang juga termasuk Asia, yang mampu mendominasi segala aspek kebudayaan di negara berkembang. Kebudayaan Korea saat ini sungguh nyata telah menjadi sebuah hegemoni di Jakarta.

Saat ini, terasa sekali fenomena budaya Korea, terutama musik popnya yang kian digandrungi muda-mudi Indonesia, khususnya Jakarta. Keempat informan pun mengakui hal tersebut.

Informan 1 berpendapat dengan fenomena K-pop ini di Indonesia, awalnya ia merasa nyaman saja, namun dengan adanya penggemar-penggemar yang terlalu fanatik, akhirnya ia pun menjadi risih.

Informan 1 menyatakan bahwa terkadang penggemar-penggemar yang terlalu fanatik ini, terlihat sangat tidak bangga dengan kebangsaannya, malah sangat menyanjung Korea hingga ingin berkunjung ke negeri ginseng tersebut.

Informan 2 meng-iya-kan boomingnya K-pop ini di Indonesia. Ia menjelaskan meskipun ada sebagian kecil orang yang belum tahu mengenai K-pop, tapi sebagian besar orang sudah tahu karena media nasional yang gencar sekali memberitakan tentang K-pop.

Informan 3 pun sependapat bahwa K-pop ini sungguh meledak. Ia menambahkan dulu saat orang-orang belum tahu K-pop, bila bertemu orang yang suka K-pop juga, mereka biasa langsung heboh menanyakan siapa artis K-pop yang senang. Bertolak belakang dengan keadaan sekarang yang bila mengetahui dan bertemu dengan sesama penggemar K-pop, reaksi orang-orangnya biasa-biasa saja.

Informan 4 merasa senang dengan fenomena K-pop ini, tapi ia malah menyayangkan aliran musik sebuah band yang kini berubah menjadi cenderung beraliran Amerika dan ia juga merasa kecewa dengan sebuah manajemen Korea Selatan yang terlalu terburu-buru atau agresif dalam proyek debut girlbandnya di Amerika.

Dengan merebaknya fenomena K-pop ini di Indonesia, para informan memiliki cara pola pikir tersendiri dalam menunjukkan bahwa diri mereka adalah penggemar musik pop Korea ini.

Informan 1 memiliki kecenderungan tidak ingin menunjukkan bahwa ia menggemari K-pop. Informan 1 tidak memberikan alasan secara spesifik mengapa ia tidak ingin orang lain tahu bahwa ia penggemar musik K-pop.

Informan 2 justru senang menunjukkan bahwa ia adalah penggemar K-pop. Ia akan menyuruh teman-temannya mendengarkan lagu-lagu K-pop hingga teman-teman lainnya ikut juga menggemari K-pop. Informan 2 pun akan mengenakan aksesoris yang artis idolanya pakai. Ia menambahkan bahwa ia akan meng-update akun Twitter-nya tentang idolanya tersebut.

Paling Cuma kayak nyuruh temen-temen dengerin lagu K-pop... Terus aku pakai aksesoris yang *bias* aku pakai, terus nge-*spazz* di Twitter.
(Informan 2)

Informan 3 mirip dengan informan 1 yang tidak suka menunjukkan bahwa ia adalah penggemar K-pop. Informan 3 menyatakan bahwa ia lebih di balik layar. Orang lain yang melihat informan 3 ini tidak akan mengira bahwa informan 3 adalah seorang penggemar K-pop.

Ditanya alasannya mengapa ia tidak menunjukkan dirinya yang merupakan penggemar K-pop, ia juga tidak tahu. Dan juga menurut informan 3 itu mungkin karena di sekolah ia lebih banyak bergaul dengan teman-teman yang menggemari musik barat.

Begitupun informan 4, ia dulu suka menggembor-gemborkan kalau ia adalah penggemar boyband SHINee, namun sekarang ia lebih memilih diam karena menurutnya teman-temannya pasti akan tidak dengan sengaja melihat wall-paper telepon selularnya yang bergambar SHINee, dan mereka pun bisa mengambil kesimpulan bahwa informan 4 ini adalah penggemar K-pop terutama SHINee.

Dulu wkt awal2 sih masih suka heboh kyk "woiii gue suka SHINee woi" skrg diem aja...nti jg plg

pd tau...haha suka pd gk sengaja liat wallpaper

hp ...

(Informan 4)

Keempat informan ini juga menyebutkan bahwa di Indonesia, khususnya Jakarta, dapat ditemukan banyak hal yang berkaitan dengan Korea.

Informan 1 menyatakan banyak sekali hal-hal yang berhubungan dengan Korea Selatan di Jakarta, ia menyontohkan makanan, pakaian-pakaian, bahkan boyband dan girlband Indonesia banyak yang meniru Korea Selatan. Acara-acara yang berbau Korea Selatan pun banyak diselenggarakan di Jakarta. Ia juga berpendapat produk-produk yang dijual di Indonesia melalui TV maupun media lainnya banyak yang mengatasnamakan produk Korea Selatan, tetapi di label produknya bertuliskan kanji semua. Informan 1 bahkan menertawakan penggemar-penggemar K-pop di tanah air yang merasa dirinya telah menjadi sangat Korea dibandingkan orang Koreanya sendiri. Informan 1 memiliki pemikiran yang cukup kritis. Bahkan informan 1 menyayangkan penggemar-penggemar K-pop yang berlebihan mencintai budaya Korea Selatan dibandingkan budayanya sendiri.

Sebegitu fenomenanya K-pop di Indonesia, bisa banyak dijumpai banyak restoran Korea, tempat les bahasa Korea, bank, acara-acara (events), produk bahkan fashion di Indonesia telah banyak berkiblat ke fashion Korea Selatan.

Kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan Korea pun banyak diadakan di Indonesia. Biasanya kegiatan ini dicetuskan oleh Kedutaan Besar Korea yang bertaraf acara besar seperti KIFF (Korean Indonesian Friendship Festival) 2010 yang menghadirkan beberapa boyband dan penyanyi terkenal Korea Selatan. Serta banyak fanbase-fanbase yang sering mengadakan gathering para anggotanya.

Universitas Indonesia

Peneliti pun mengamati bahwa bank-bank yang berasal dari Korea Selatan yang nampak Jelas adalah Hana Bank dan Woori Eunhaeng. Yang paling menonjol ialah Hana Bank. Diketahui melalui situs bank tersebut, telah memiliki 25 cabang di Indonesia (http://www.hanabank.co.id/contents/indonesia/networks_01.jsp). Woori Eunhaeng sendiri, peneliti pernah melihat kantor cabang bank ini di kawasan Cikarang dan Karawaci. Perlu diketahui, kawasan ini merupakan kawasan dimana penduduk yang berasal dari Korea Selatan banyak bermukim di Indonesia.

Dalam segi fashion, peneliti setuju dengan informan 1 dan informan 4. Ketika berjalan-jalan di mall-mall di Jakarta, pasti dengan mudah didapati remaja-remaja putri yang berdandan ala Korea. Dan apabila diterlusrui, dalam situs jejaring sosial, sebut saja Facebook dan Kaskus, terdapat banyak akun-akun yang menawarkan dan menjual produk fashion asal Korea.

Dengan menjamurnya produk-produk Korea Selatan, Indonesia pun mulai mengikuti membentuk boyband maupun girband. Contoh boyband: Smash dan Hits. Serta contoh girband ialah Cherybelle, Princess, dan 7 Icons. Tidak menyalahkan apakah konser mereka meniru atau bahkan menjiplak boyband maupun girband Korea, tapi dengan bermunculan boyband dan girband Indonesia ini menyebabkan kemarahan bagi penggemar-penggemar K-pop. Meskipun demikian, tidak sedikit pula anak-anak muda lain yang kemudian menggandrungi boyband dan girband dalam negeri ini.

Schiller (1976) mengasumsikan bahwa imperialisma budaya mengarahkan pada kebergantungan, hilangnya otonomi, dan berkurangnya budaya nasional atau pun lokal. Hal inilah yang terjadi dengan dominasi budaya Korea Selatan terhadap budaya Indonesia saat ini.

4.5 Media Massa

Media massa merupakan alat dalam menyebarkan sebuah isu. Dan melalui media massa juga lah semua hal dapat terekspos. Dalam hal imperialisme K-pop ini, banyak berita tentang celebrity Korea Selatan, drama atau film terbaru, variety dan reality show, video musik dan lagu maupun mp3 dapat diakses melalui media internet, televisi, radio, surat kabar serta majalah. Bahkan dalam poin 4.2, informan 1 menyebutkan ia pertama kali gandrung dengan K-pop melalui media televisi.

Dalam pembahasan ini, akan dibahas bagaimana para penggemar yang menyukai K-pop mulai mengikuti komunitas-komunitas K-pop sebagai sarana berbagi dengan sesama penggemar seorang idola yang sama.

Teori Adorno yang perlu diperhatikan adalah pernyataan bahwa fenomena-fenomena kultural seperti musik pop berfungsi sebagai suatu bentuk “perekat sosial”, menempatkan orang pada realitas kehidupan yang mereka jalani. Adorno berpendapat, kebanyakan orang dalam masyarakat kapitalis menjalani kehidupan yang dimiskinkan dan tidak bahagia. Khayalan dan kebahagiaan, resolusi dan rekonsiliasi, yang ditawarkan oleh musik pop dan film membuat orang sadar betapa banyak kehidupan nyata mereka kehilangan ciri-ciri tersebut, betapa mereka belum terpenuhi dan terpuaskan. (Strinati, 1995)

Dalam kaitannya dengan teori Adorno, saat ini banyak remaja-remaja yang menggunakan media internet sebagai media perekat sosial. Mereka banyak berhubungan dengan jejaring sosial yang seolah-olah menyamarkan batasan waktu dan tempat yang membentang.

Informan 1 tidak suka mengikuti komunitas fanbase di internet. Bagi informan 1, ia tidak suka ikut-ikutan dengan komunitas sesama penggemar seperti itu. Ia lebih senang heboh dengan dirinya sendiri. Untuk mendapatkan informasi yang update mengenai seorang idola, cukup *browsing* saja di

internet. Dengan menggunakan internet pula ia terkadang mencari lirik-lirik lagu dan menyenandungkannya.

Dengan media internet ini, banyak tersebar fakta-fakta mengenai artis idola, namun informan 2 kesal dengan media televisi dan majalah yang terkadang menyampaikan berita tentang fakta seorang idola tanpa re-cek lagi di sumber yang resmi. Terkadang media televisi dan majalah suka salah menyebut nama band maupun nama personel boyband dan girlband yang memang pengejaan dalam bahasa Korea itu berbeda daripada penulisannya.

Informan 3 bergabung dalam komunitas Shawol Indo dan komunitas fans Henry Super Junior. Ia sebenarnya hanya iseng belaka mengikuti komunitas seperti itu. Dulu Shawol Indo hanya memiliki 1 atau 2 pendiri bersama admin. Tapi dikarenakan pendiri Shawol Indo sibuk kuliah sehingga ia menjadi sibuk. Ditambah admin komunitas tersebut juga sibuk menghadapi ujian sekolah, sehingga dicari siapa yang ingin menjadi admin baru di komunitas tersebut. Informan 3 menjelaskan sebenarnya Shawol-Indo merupakan fanbase besar. Dengan 35ribuan lebih *followernya* dari awal SHINee. Informan 3 dengan mengikuti komunitas Shawol Indo diketahui baru menjadi admin di komunitas tersebut saat ini. Ia awalnya hanya iseng mengikuti pendaftaran admin. Karena Shawol Indo adalah komunitas yang besar, informan 3 sempat merasa gugup bergabung dengan kepengurusan komunitas tersebut.

Ia menegaskan bahwa Shawol Indo merupakan komunitas penggemar boyband SHINee terbesar di Indonesia. Dan ia menekankan juga bahwa nama Shawol Indo telah dikenal oleh komunitas yang sama dengan nama yang berbeda di negara-negara lain.

Shawol Indo pertama kali merupakan akun dengan media Tumblr. Tapi kemudian pindah ke akun blog wordpress. Informan 3 sebagai admin pun belum pernah bertemu dengan member-member lainnya secara langsung. Ia

biasa berhubungan dengan member lainnya melalui media Yahoo Messenger, Twitter atau Blackberry Messenger.

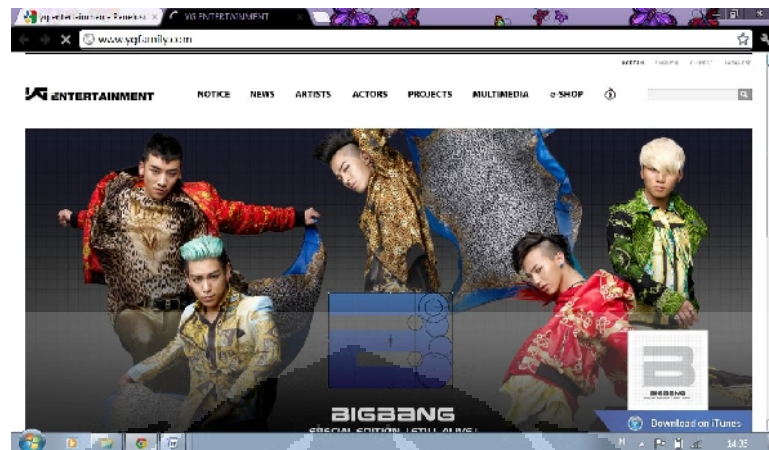
Ia pun tergabung dalam sebuah kelompok chatting bersama orang-orang Korea lain yang menggemari personel SHINee, Taemin. Shawol Indo pun termasuk terkenal karena sering mengadakan proyek-proyek bersama komunitas SHINee juga di Korea Selatan.

Informan 4 pun sama, ia merupakan seorang admin di komunitas Shawol Indo bersama Informan 3.

Informan 4 menyatakan bahwa ia juga belum lama menjadi admin di Shawol Indo. Ia akhir-akhir ini kurang begitu aktif di komunitas dikarenakan ia baru saja selesai menghadapi ujian di sekolahnya.

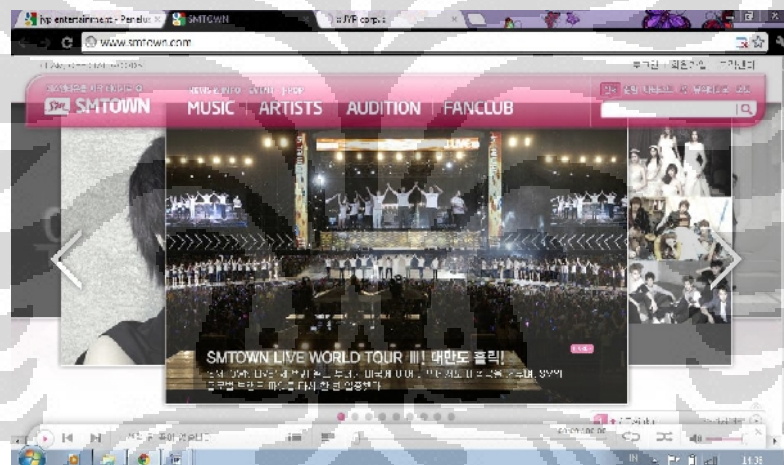
Informan 4 memberitahukan bahwa dia secara pribadi juga belum banyak bertemu dengan member-member komunitas tersebut.

Dengan media internet banyak kalangan manajemen artis yang memanfaatkan media tersebut untuk menjual produk-produk (artis-artis) mereka. Hampir semua manajemen artis Korea memiliki situs masing-masing perusahaan dengan menampilkan artis-artis yang telah mereka orbitkan. Dan biasanya mereka memasang menu registrasi untuk para penggemar yang ingin mendapatkan informasi yang terkini mengenai artis-artis yang diidolakan tersebut. Tentu saja manajemen ini pintar dan memiliki strategis dengan memasang menu bahasa lain selain bahasa Korea untuk penggemar internasional.



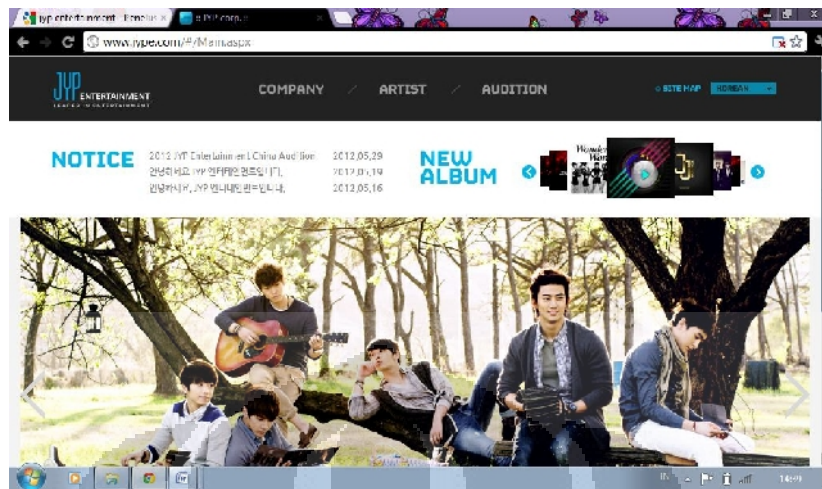
Gambar 4 7

Sumber: <http://www.ygfamily.com/>



Gambar 4 8

Sumber: <http://www.smtown.com/>



Gambar 4 9

Sumber: <http://www.jype.com/#/Main.aspx>

Dari ketiga website tersebut, merupakan website resmi kantor manajemen terbesar di Korea Selatan yaitu (atas-bawah) YG Entertainment, SM Entertainment, dan JYP Entertainment. Dalam website-website tersebut penggemar yang mengakses ketiga website tersebut tidak akan mengalami kesulitan meskipun tidak mampu berbahasa Korea. Mereka semua menyajikan pengalihan bahasa dari bahasa Korea ke bahasa Inggris, Jepang, bahkan Mandarin.

Begitu pun penggemar bisa berhubungan langsung dengan kantor manajemen dan artis-artisnya karena website menyediakan komunitas fans-club resmi. Namun bagi penggemar di Indonesia terkadang akan mengalami sedikit kesulitan karena cara registrasi website-website tersebut tidak semudah seperti registrasi di website-website di Indonesia. Di dalam registrasi menu, penggemar harus menyediakan scan kartu identitas seperti Kartu Tanda Penduduk, SIM maupun Passport. Hal ini disebabkan begitu ketatnya peraturan dunia cyber di Korea dan untuk menghindari anti fans yang ingin menjelek-jelekan artis idola mau pun melakukan penipuan.

Selain internet, media massa lain yang banyak digunakan oleh para penggemar musik K-pop ini adalah televisi. Saat ini bisa ditemukan beberapa program Korea di televisi nasional.

Program yang menampilkan program Korea ialah Indosiar yang debut dengan menayangkan drama-drama terkenal Korea. Sejumlah drama yang terkenal di negeri ginseng tersebut telah ditayangkan setiap hari di stasiun TV tersebut. Kemudian ketika drama begitu naik daun, stasiun-stasiun TV tertentu mulai ikut menayangkan drama juga, contohnya AN-TV.

Informan 1 mengatakan bahwa awal ketertarikannya terhadap musik K-pop ialah ketika ia menonton musik video Girls Generation dan Wonder Girls melalui televisi.

Juga dikatakan oleh informan 2 bahwa ia mulai menyukai musik K-pop berasal dari sebuah drama di televisi BBF.

Berbeda dengan informan 3 yang mengawali kegemarannya terhadap musik K-pop melalui ajakan teman. Dan informan 4 yang mulai menyukai Korea karena media internet Youtube.

Media massa seperti internet dan televisi inilah yang menyebabkan banyak remaja-remaja Indonesia mulai menggandrungi musik K-pop, terutama kehadiran internet yang memberikan informasi seluas-luasnya dan sebebas-bebasnya.

Inilah yang disebut “Perekat sosial” dalam pandangan Adorno sebagai kenikmatan-kenikmatan dan katarsismenya membuat orang untuk berhenti pada realitas kehidupan yang keras dan hambar dari sebuah masyarakat kapitalis.

4.6 Kapitalisme Industri K-pop

Kapitalisme merupakan suatu paham dimana pemilik modal bisa meraih keuntungan sebesar-besarnya. Kapitalisme memberikan kebebasan

kepada setiap orang untuk melakukan kegiatan perekonomian seperti memproduksi barang, menjual barang, mendistribusikan barang dan lainnya. Dalam sistem ini, pemerintah ambil bagian untuk memastikan kelancaran dan keberlangsungan kegiatan perekonomian yang berjalan, tetapi bisa juga pemerintah tidak ikut campur dalam ekonomi.

Dalam hubungannya dengan kapitalisme ini, dapat dilihat bahwa Korea Selatan nampak sekali dominasinya dalam hal kapitalisme dimana dengan meledaknya budaya pop Korea, banyak sekali produk-produk Korea yang kemudian diimpork secara global.

4.6.1 Album K-pop

Fenomena musik pop Korea pastinya memberikan peluang bagi industri untuk mengomodifikasikan lebih jauh segala hal yang berhubungan dengan artis-artisnya. Hal yang pertama dijual di dalam industri K-pop ini pastinya album si penyanyi, kemudian tiket konser, aksesoris dan fashion yang dikenakan idola, bahasa Korea, yang terakhir adalah wisata Korea.

Informan 1 mengakui kalau ia pun banyak membeli CD dan DVD artis-artis idolanya. Ia membeli album-album untuk artis yang ia suka saja. Ia menambahkan kalau ia tidak terlalu suka seorang artis, ia tidak akan membuang-buang uangnya.

Informan 1 pun tidak menyediakan budget khusus untuk membeli sebuah album. Biasa anak seusia sekolah akan menabung atau menyisihkan beberapa uang jajanya untuk membeli sebuah album Korea.

Informan 2 pun memberi pernyataan bahkan ia mengoleksi album-album artis-artis idola yang ia sukai saja. Dan ia pun juga mengoleksi *clear folder* artis idolanya tersebut. Sejauh ini, ia menyatakan, bahwa album SHINee dan Infinite-nya telah lengkap. Hanya saja ia belum memiliki album kedua boband tersebut yang berversi Jepang. Dikarenakan mahalnya album versi

Jepang, hal tersebut membuatnya berpikir berkali-kali ketika ingin membeli. Informan 2 berkata bahwa kisaran harga album Jepang bisa sampai 280ribuan per album bahkan ada yang berharga 400ribuan.

Informan 3 memberi keterangan dalam interviewnya bahwa ia mengoleksi album-album artis idolanya. Ia mengoleksi album untuk boyband maupun girlband yang ia sukai saja, namun terkadang ia juga tergoda untuk membeli album boyband atau girlband lain. Tetapi akhirnya setelah membeli album tersebut, kadang ia mulai bosan juga.

Informan 3 tidak memberi keterangan secara spesifik berapa harga album-album yang ia beli, tetapi ia menjelaskan bahwa untuk memperoleh album tersebut ia harus menabung terlebih dahulu.

Informan 4 yang merupakan seorang fans boyband SHINee, mengatakan bahwa ia banyak membeli album-album K-pop. Tapi di antara koleksi albumnya tersebut, yang paling mendominasi adalah album SHINee. Ia menyatakan bahwa hanya album SHINee terbaru yang versi Jepang yang belum terbeli. Hal tersebut masih disebabkan harga yang begitu tinggi.

Informan 4 pun juga berkata bahwa harga album yang ia beli yang termahal berharga 600ribu, dan album tersebut adalah versi Jepang.

Melalui keterangan keempat informan, terlihat bahwa harga album-album K-pop tersebut sangatlah mahal. Bila dibandingkan dengan album-album penyanyi dalam negeri yang nampak tidak laku di negeri ini, karena warganya cenderung membeli yang bajakan. Serta penyanyi barat yang harga CD dan kasetnya yang berbeda jauh dengan harga album K-pop. Tetapi karena fanatisme mereka, mereka rela tidak jajan demi menyetor uang jajan mereka untuk membeli album-album tersebut.

4.6.2 Tiket Konser

Selain harga album-album K-pop yang terbilang mahal, harga tiket konser penyanyi-penyanyi K-pop pun terbilang cukup fantastis.

Informan 1 menjelaskan bahwa ia sudah hanya menonton konser-konser K-pop di dalam negeri saja.

Informan 1 menambahkan bahwa ia tidak menonton konser-konser artis idola nya di luar negeri karena keterbatasan biaya.

Dan bila ada konser di dalam negeri, informan 1 cenderung akan mengambil kelas VIP, karena menurutnya kelas festival itu akan membuatnya lelah dan tidak akan puas untuk berinteraksi dengan idolanya.

Informan 2 menjelaskan bahwa ia telah menonton konser-konser baik di dalam maupun di luar negeri. Kalau di luar negeri, ia telah menonton di Singapura dan Malaysia

Informan 2 menyatakan kalau ia menonton konser di luar negeri ia akan memakai uang sendiri dan yang dari orang tua. Segala biaya yang keluar dibagi menjadi dua antara dirinya dan orangtuanya. Sebab bila menonton di luar negeri pasti akan mengeluarkan dana yang fantastis, yang pastinya harus mengeluarkan uang untuk tiket konser, hotel, dan keperluan hidup di negeri orang selama beberapa hari tersebut.

Kalau tiket nontonnya sekitar 1,8-2juta, tapi kalau plus hotel n pesawat jadi sekitar 5 jutaan.

(Informan 2)

Dengan harga tiket yang mahal, informan 2 hanya menonton yang kelas terrace (biasa disebut tribun di Indonesia) dan festival. Informan 2 beralasan tidak mengetahui bagaimana cara membeli tiket kelas VIP dan

menurutnya harga tiket antara kelas festival dan VIP tidak berbeda dengan signifikan.

Informan 3 pun telah menonton konser-konser penyanyi K-pop baik di dalam dan di luar negeri. Bagi informan 3, jika ia menonton konser di luar negeri, orang tuanya akan membantu membayar biaya menginap di hotel dan biaya hidup di luar negeri. Untuk masalah tiket konser, informan 3 menyisihkan dan mengumpulkan uang jajan untuk membeli tiket.

Informan 3 pun mengatakan bahwa orang tuanya terkadang memarahinya karena harga tiket konser yang mahal. Namun ia jauh-jauh hari sebelum konser diadakan di Indonesia, ia menabungkan uang jajanya kepada ibunya yang bekerja di sebuah bank. Sehingga pada hari 'H' konser tersebut memulai penjualan tiket, ia tinggal meminta tabungannya kepada ibunya.

Informan 3 memberitahukan bahwa ia membeli tiket untuk menonton konser di luar negeri melalui seorang yang berasal dari Indonesia yang memesan tiket di sebuah badan penjualan tiket resmi.

Aslinya klo belinya lewat sistick, itu kayak myticket nya kita. Jadi aku beli lewat orang indo. Jadi om nya kerja di dalam Sistick. Jadi dia belinya 100 dollar, dijual ke orang Indo tapi dinaikin harganya. (Informan 3)

Bagaimanapun, informan 3 merasa yakin bahwa orang Indonesia yang menjual tiket ini tidak akan menipu berdasarkan pengalaman seorang temannya yang telah membeli berbagai tiket dengan pihak tersebut.

Informan 4 menerangkan bahwa ia telah banyak menonton konser baik di dalam dan di luar negeri. Bahkan ia membuat kan daftar penyanyi-penyanyi K-pop siapa yang telah ia saksikan, namun tetap baginya konser SHINee yang ia prioritaskan.

Berdasarkan hasil interview keempat informan, nampak bahwa pihak Korea memasang harga yang mahal untuk setiap penampilan penyanyi-penyanyinya. Peneliti beranggapan bahwa harga tiket konser K-pop tersebut berbanding jauh dengan konser-konser penyanyi barat yang harga tiket paling mahalnya masih berkisar ratusan ribu rupiah. Meskipun demikian, biasa harga tiket yang dibandrol oleh manajemen Korea sebanding dengan pertunjukkan yang ditampilkan dengan efek-efek panggung yang melebihi konser penyanyi barat.

4.6.3 Aksesoris dan Fashion Idola

Untuk urusan aksesoris dan fashion yang dipakai oleh penyanyi idola, biasa penggemar akan mengikuti apa yang dipakai. Biasa itulah yang menaikkan tingkat penjualan perusahaan aksesoris dan fashion. Penggemar cenderung mengamati pernik-pernik yang dipakai idolanya, seperti anting, kalung, gelang, cincin, jam tangan, dan kacamata. Terkadang ada penggemar yang langsung tahu merk aksesoris tersebut dan membeli yang asli. Terkadang juga ada perusahaan-perusahaan lain yang membuat tiruan aksesoris tersebut dan dipasarkan dengan harga murah.



Gambar 4 10

Sumber: <http://1.bp.blogspot.com/->

[KHG0DSdTVXQ/T5rW1bQ1cRI/AAAAAAAAAX6I/hFCdpglaEjs/s1600/23150952.jpg](http://1.bp.blogspot.com/-KHG0DSdTVXQ/T5rW1bQ1cRI/AAAAAAAAAX6I/hFCdpglaEjs/s1600/23150952.jpg)

Universitas Indonesia



Gambar 4 11

Sumber: http://images.maniadb.com/images/useralbum/002/002327_1f.jpg



Gambar 4 12

Sumber: <http://2.bp.blogspot.com/-GejbawR4CVU/TvL0w38hkml/AAAAAAAAAD1Y/shmDTthESLw/s320/01.png>

Dari tiga gambar di atas merupakan contoh aksesoris dan gaya fashion apa saja yang sering ditiru oleh penggemar-penggemar musik K-pop.

Informan 1 dalam wawancaranya mengaku tidak mau menunjukkan bahwa ia adalah seorang penggemar musik K-pop. Sehingga sehari-hari ia hanya mengenakan gaya fashion yang umum saja di Jakarta. Berdasarkan pengamatan peneliti ketika melakukan wawancara dengan informan 1, ia tidak mengenakan aksesoris apapun yang mengindikasikan seorang penggemar K-pop.

Universitas Indonesia

Sebaliknya, informan 2 mengikuti aksesoris dan busana yang dikenakan oleh idolanya.

Informan 2 pun beralasan bahwa aksesoris gelang yang ia kenakan adalah dikarenakan idola yang ia kagumi selalu mengenakan gelang tersebut. Itu membuatnya mencari gelang yang sama dan mengikuti apa yang artis tersebut telah kenakan. Ia berasumsi bahwa untuk gaya fashion idolanya yang ia ikuti semata-mata hanya keisengan saja.

Apa yang dilakukan oleh informan 3 adalah sama dengan informan 1. Mereka tidak suka mengikuti segala aksesoris dan fashion yang dikenakan oleh idola mereka.

Informan 4 sama dengan informan 2 yang suka membeli aksesoris-aksesoris idolanya. Ia biasa membeli aksesoris tersebut melalui internet atau bila informan menemukan toko aksesoris tersebut.

Informan 4 pun menjelaskan karena ia hobi menjelajah blog mengenai gaya fashion Jepang, itu mempermudah dirinya untuk menemukan aksesoris-aksesoris yang dipakai oleh artis idolannya.

Aku suka buka fashion blog jepang sama buka fashion blog yg isinya barang2 artis kpop pake gtttt trs sering bgt nemu dr situuu (Informan 4)

Dari keterangan 4 informan di atas, kecenderungan remaja-remaja yang suka mengikuti gaya fashion artis idola inilah yang mendorong perusahaan fashion untuk mengimpor busana dan aksesoris negeri ginseng tersebut ke Indonesia.

4.6.4 Bahasa Korea

Bahasa Korea merupakan faktor yang esensial bagi seorang penggemar musik K-pop. Sebab ketika mereka menyukai musik dan lagu K-pop, mereka akan mulai ikut mendengarkan musik dan menyanyikan lagu dengan bahasa yang dimaksud.

Informan 1, 3, dan 4 menyatakan bahwa mereka telah mengikuti lembaga-lembaga kursus bahasa Korea di Jakarta. Bahkan informan 2, meskipun ia tidak mengikuti kursus bahasa Korea secara resmi, di sekolahnya pun mengajarkan bahasa Korea sebagai mata pelajarannya.

Informan 1 beralasan mengapa ia mengambil les bahasa Korea adalah ia ingin menonton film-film Korea tanpa menggunakan subtitle (terjemahan). Tetapi ternyata ia malah tidak mengerti sendiri apa yang ditayangkan oleh film tersebut.

Pengennya dulu nge-sok nontonin... apa... film-film Korea ga pakai subtitle. Tapi ga ngerti sendiri. Sampai sekarang belum bisa. (Informan 1)

Informan 2 menjawab bahwa ia pertama kali tidak mengerti sama sekali bahasa Korea. Karena menurutnya faktor tulisannya yang masih asing. Informan 2 mengakui bahwa ia belajar bahasa Korea pertama kali secara otodidak karena orang tuanya masih melarangnya untuk les bahasa tersebut. Dan terkadang ia pun bertanya-tanya dan belajar bahasa Korea tersebut kepada temannya yang lebih pintar bahasa Korea.

Informan 3 awalnya cuma tahu bahasa Korea yang dasar-dasar saja. Tidak beberapa lama kemudian barulah ia mengikuti kursus bahasa Korea.

Awalnya sih cuma tau kata-kata singkat kayak anyong, anyonghaseyo, onni,oppa... yang kayak gitu-gitu doang, terus lama-lama ngerti lah dikit-dikit. (Informan 3)

Informan 3 pun menambahkan bahwa ia pun mempunyai sebuah kelompok *chatting* di sebuah aplikasi *chatting* bernama *Skype*, dan kebanyakan member di kelompok tersebut adalah orang-orang Korea asli sehingga informan 3 biasa mempraktekkan langsung apa yang telah ia pelajari di kelas.

Informan 4 tidak memberikan alasan yang spesifik mengapa ia mengambil kursus Korea. Tetapi peneliti beranggapan karena ia menyukai budaya Korea itulah yang mendorongnya untuk belajar bahasa baru tersebut.

Informan 4 menjelaskan bahwa ia kursus bahasa Korea di kawasan Jakarta Selatan dan itu berjalan tidak terlalu lama. Kemudian ia menekankan bahwa bahasa tersebut tidak pernah ia gunakan dalam kesehariannya.

Dapat disimpulkan bahwa bahasa Korea ini menjadi daya tarik tersendiri bagi penggemar-penggemar K-pop. Dan peneliti menyimpulkan bahwa dengan menyukai K-pop ini memotivasi penggemar untuk mempelajari bahasa baru yang nantinya dapat menjadi keterampilan tersendiri.

4.6.5 Wisata Korea

Dengan meledaknya K-pop ini di tanah air, kemudian hal tersebut menarik para penggemar untuk berkunjung ke negara idolanya tersebut. Bahkan Korea pun mengangkat artis-artis idola sebagai duta pariwisatanya yang membuat kunjungan penggemar ke negara yang beribu kota Seoul tersebut meningkat.

Informan 1 mengatakan bahwa ia belum pernah pergi ke Korea sama sekali. Namun tahun ini, ia akan melanjutkan pendidikan perguruan tingginya ke Korea. Ia pun mengatakan bahwa guru kursus bahasa Koreanya tersebutlah yang membantunya untuk mendaftar dan mengikuti tes-tes kemampuan bahasa Korea. Informan 1 belum berani mengambil jurusan perguruan tinggi dengan bahasa Korea sebagai bahasa pengantar, melainkan ia mengambil jurusan dengan sistem internasional sehingga bahasa pengantarnya ialah bahasa Inggris.

Informan 2 belum pernah ke Korea. Namun ia punya keinginan untuk pergi kesana. Namun ia menerangkan belum ada waktu yang tepat untuk pergi yang disebabkan oleh sibuknya kegiatan di sekolahnya saat ini yang sedang ia jalani.

Informan 3 mengemukakan bahwa ia sudah pernah ke Korea. Namun pada saat ia datang ke Korea tersebut, itu bukan dalam rangka liburan penuh. Ia selama 2 minggu berada di Korea: seminggu untuk belajar bahasa Korea di salah satu universitas terkenal disana, dan seminggu lagi untuk berlibur. Untuk study tour ke Korea, ia menegaskan telah mengeluarkan uang yang cukup banyak, dan sejumlah uang itu pun hanya biaya untuk belajar dan tempat tinggal (hotel) disana. Pesawat dan uang untuk jajan disana, ia harus merogoh kocek lagi.

Ia menceritakan bahwa di Korea Selatan, ia mendarat di bandara Incheon, lalu ia melanjutkan perjalanan ke Busan. Setelah dari Busan, perjalanan dilanjutkan kembali menuju Gyeong Ju. Dan akhirnya, tempat akhir yang informan 3 kunjungi adalah Seoul.

Sebelumnya ia menghabiskan waktu selama 1 minggu (4 hari) untuk pergi ke Daegu, Universitas Keimyung, untuk memperdalam bahasa Koreanya.

Informan 3 mengatakan bahwa ketika ia pergi saat itu ke Korea, belum banyak orang Indonesia yang berani berwisata ke Korea. Namun sekarang saat

ini orang-orang Indonesia telah banyak yang pergi ke sana, dan hal tersebut kembali membuat iri informan 3.

Seneng banget. Soalnya aku kesana pas orang-orang belum pada punya keinginan... mereka belum *dare* ke Korea. Yang Cuma pengen deh doang. Sekarang giliran aku udah, orang-orang yang baru ke Korea. Jadi ngiri lagi. Ketagihan. (Informa 3)

Kemudian informan 4 menerangkan bahwa ia pernah juga pergi ke Korea, dan hal tersebut dalam rangka liburan. Dan dalam liburan tersebut ia juga menonton konser pula.

Dengan maraknya K-pop ini, orang-orang menganggap Korea merupakan negara yang patut dikunjungi terutama bagi penggemar-penggemarnya. Segala hal mengenai Korea dan tempat-tempat wisatanya dapat diakses melalui situs <http://english.visitkorea.or.kr/enu/index.kto>.

Seperti pernyataan Hesmondhalgh (2007), terlihat jelas bahwa perusahaan industri budaya telah menjadi sentral dalam roda perekonomian di berbagai negara. Perusahaan-perusahaan tersebut tidak dapat diremehkan, karena industri budaya lah yang mampu bertahan lama dan dapat menghasilkan produk-produk yang bisa dijual secara global.

4.7 Kesadaran Palsu dan Kultivasi Terhadap Budaya K-pop

Dengan adanya imperialisme budaya, sebenarnya pihak kapitalis tahu pasti bahwa kesadaran palsu akan muncul. Kesadaran palsu merupakan teori yang tercetus dalam teori Marxis kelas sosial. Teori ini mengacu pada kekeliruan hubungan sistematis antara kelas dominan dengan kesadaran kelas bawahan.

Dalam penelitian ini yang dimaksud kaum dominan (kapitalis) adalah kantor manajemen para idola Korea. Mereka banyak memproduksi dan memodifikasi si idola. Yang menjadi kaum kelas bawah adalah para penggemar yang dengan senang hati merelakan uang mereka untuk membeli suatu produk kaum dominan.

Kesadaran Palsu merupakan sebuah konsep pikiran yang membuat seseorang seolah-olah membutuhkan hal tersebut. Padahal faktanya hal tersebut belumlah benar-benar bermanfaat baginya. Yang pasti kesadaran palsu ini bisa menciptakan sensasi kesenangan tersendiri untuk orang-orang yang menggemari suatu hal tersebut.

Kemudian kultivasi merupakan efek dari media dimana semakin lama orang menyaksikan sebuah acara atau program, orang tersebut akan mempercayai dan mengadopsi apa yang dilihatnya.

Gerbner dan Gross (1976) mengatakan "televise adalah media sosialisasi kebanyakan orang menjadi peran standar dan perilaku. Fungsinya adalah satu, enkulturasi". Dalam enkulturasi ini, individu mempelajari dan mengadaptasikan alam pikiran serta sikapnya dengan adat-istiadat, sistem norma, dan peraturan hidup dalam kebudayaannya. Bentuk awal enkulturasi adalah meniru berbagai macam tindakan orang lain, perasaan dan nilai budayalah yang memberi motivasi akan tindakan meniru itu.

Dalam menggemari suatu hal, baik itu kebudayaan maupun musik, akan terbentuk sebuah kesadaran palsu dan kepercayaan atas kekagumannya tersebut. Dalam hal K-pop ini peneliti mendapatkan kesadaran palsu dan keyakinan untuk mengoleksi semua album-album idola, menonton setiap konser-konser idola, ikut fan-base, membeli aksesoris yang dikenakan oleh idola, belajar bahasa Korea, menyanyikan lagu berbahasa Korea, membuka toko online, berwisata ke Korea, hingga bersekolah ke Korea.

4.7.1 Mengoleksi semua album idola

Dalam mengoleksi album-album K-pop ini, penggemar rela merogoh kocek hingga ratusan ribu untuk memperoleh album-album idolanya. Ada penggemar yang beanggapan dengan membeli album tersebut penggemar bisa menunjukkan apresiasi karya-karya idolanya tersebut.

Informan 1 tidak menjelaskan secara mendetail, tetapi ia mengoleksi album-album untuk artis-artis yang ia sukai.

Informan 2 mengatakan bahwa album idola yang paling mahal yang ia beli berharga cukup fantastis. Dan ia membeli album-album tersebut dananya berasal dari yang sakunya. Merupakan sebuah pengorbanan bagi penggemar yang rela mengorbankan uang jajannya demi seorang idola. Padahal mungkin ia masih bisa membeli hal-hal lain yang lebih berguna.

Informan 2 merasa senang dengan mengoleksi album-album idolanya. Ia merasa tidak memiliki hutang kepada idolanya. Ia merasa hidupnya belum lengkap tanpa mengoleksi album-album tersebut.

Kesenangan pribadi... Lebih berwarna aja hidupnya... Hahaha... Bahasa gue... (Informan 2)

Informan 2 mengatakan dengan mengoleksi album-album original idolanya, itu dapat membantu idola yang dikaguminya meraih penghargaan di Korea dalam hal penjualan album.

Informan 3 mengoleksi album-album Korea, dari membeli di toko lokal Jakarta hingga menitip album ke orangtua temannya yang kebetulan pergi ke Korea Selatan.

Informan 3 pun hanya tertawa miris ketika disinggung harga album yang terbilang mahal tersebut.

Informan 4 menjelaskan harga album K-pop yang begitu mahal. Dan ia mengatakan bahwa album yang saat ini belum ia beli adalah album idolanya dengan versi Jepang.

Pihak manajemen artis Korea Selatan, terkadang memang sengaja merilis album artis-artisnya dalam berbagai versi. Terkadang penggemar dibuat bingung ingin membeli yang versi mana. Ketika seorang artis merilis album, tidak jarang album tersebut dinamakan versi A. Kemudian sebulan berikutnya, pihak manajemen mengeluarkan pernyataan akan dirilis album artis tersebut dengan versi B. Tidak jarang album tersebut bisa sampai versi D, dan akhirnya mereka akan merilis edisi spesial. Terkadang antara versi-versi album tersebut pun tidak begitu berbeda. Pihak manajemen biasa akan menambah beberapa lagu dalam versi berikutnya. Dan dengan lagu yang lengkap di album dengan edisi spesial.

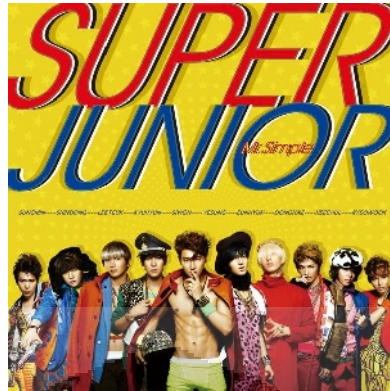
Contoh album-album yang di jual oleh Korea Selatan:



Gambar 4 13

Sumber:

http://sjcouples.files.wordpress.com/2011/09/acc4bc4c071ddf3ddb6177f92b74aeba_la_rge1.jpg



Gambar 4 14

Sumber: [http://2.bp.blogspot.com/-](http://2.bp.blogspot.com/-NZKOPGA3F5Y/Ttn6KAceMRI/AAAAAAAAACRQ/MJXOSQGWBVk/s1600/SUPER+JUNIOR+MR+SIMPLE+JAPANESE+VERSION+COVER+ALBUM+SPECIAL+EDITION.jpg)

[NZKOPGA3F5Y/Ttn6KAceMRI/AAAAAAAAACRQ/MJXOSQGWBVk/s1600/SUPER+JUNIOR+MR+SIMPLE+JAPANESE+VERSION+COVER+ALBUM+SPECIAL+EDITION.jpg](http://2.bp.blogspot.com/-NZKOPGA3F5Y/Ttn6KAceMRI/AAAAAAAAACRQ/MJXOSQGWBVk/s1600/SUPER+JUNIOR+MR+SIMPLE+JAPANESE+VERSION+COVER+ALBUM+SPECIAL+EDITION.jpg)



Gambar 4 15

Sumber: <http://koreanchingu.files.wordpress.com/2011/08/super-junior-5th-album-11.jpg?w=620>

Gambar 4 13, 4 14, dan 4 15 jika dilihat merupakan gambar yang berbeda dengan balutan konsep yang sama. Namun ketiga gambar diatas merupakan album ke-5 boyband ternama Super Junior – Mr. Simple yang dipasarkan oleh SM Entertainment (kantor manajemen Super Junior). Album di atas memiliki 10 cover, yang masing-masing mewakili personel-

Universitas Indonesia

personelnya. Jadi penggemar-penggemar Super Junior bisa membeli album mereka sesuai dengan anggota Super Junior yang disenangi saja.



Gambar 4 16

Sumber: <http://starjunior.files.wordpress.com/2011/08/20110818003980.jpg>



Gambar 4 17

Sumber <http://starjunior.files.wordpress.com/2011/08/20110818003981.jpg>

Gambar 4 13, 4 14, dan 4 15 merupakan versi A dari Super Junior – Mr. Simple, kemudian gambar 4 16 dan 4 17 merupakan dua desain terbaru dari album Super Junior yang bertajuk Mr. Simple juga. Namun gambar 4 16 dan 4 17 adalah bagian dari Super Junior – Mr. Simple versi B.

Dalam album versi B ini, pihak manajemen Super Junior menambahkan sebuah lagu yaitu berjudul Superman, dan menghapus satu lagu lain.

Yang terakhir, pihak manajemen SM Entertainment akhirnya merilis album *repackage* Super Junior – Mr Simple, yang kemudian di beri judul A-Cha dalam gambar 4 18 dan 4 19. Dan lagi-lagi pihak manajemen mengeluarkan 2 cover album yang berbeda.



Gambar 4 18

Sumber: http://a3.sphotos.ak.fbcdn.net/hphotos-ak-ash4/299126_220814054641630_158867677502935_645921_1213920598_n.jpg



Gambar 4 19

Sumber: http://a1.sphotos.ak.fbcdn.net/hphotos-ak-ash4/293533_220814071308295_158867677502935_645922_1463708207_n.jpg

Album-album dengan berbagai versi inilah yang sering membuat khawatir penggemar-penggemar K-pop. Terkadang mereka menahan diri untuk membeli album yang pertama rilis karena beranggapan nantinya akan keluar lagi album yang repackaged dengan suguhan lagu yang lengkap. Namun terkadang bila album repackaged rilis, ternyata desain cover dan souvenir yang didapat lebih menggiurkan album dengan versi awal.

4.7.2 Menonton Konser di Dalam dan Luar Negeri

Untuk menunjukkan rasa sukanya terhadap seorang idola, penggemar ada yang menonton konser dimanapun idolanya tersebut mengadakan konser. Bahkan ada penggemar yang menjemput idolanya di bandara hingga rela membuka (check-in) kamar hotel untuk beristirahat setelah menonton konser tetapi juga untuk berharap dapat berpapasan dengan idolanya.

Informan 1 sempat pernah menjemput seorang idolanya, namun ternyata ia salah informasi dan akhirnya pulang. Karena tidak jarang artis tersebut datang ke Jakarta hanya beberapa jam sebelum konser dimulai.

Informan 1 belum pernah membuka kamar di sebuah hotel demi membututi idolanya. Ia beralasan harga hotel yang mahal yang menjadi kendalanya. Dan ia juga menceritakan pengalaman kakaknya yang juga seorang penggemar K-pop yang memata-matai idolanya tersebut.

Informan 2 sudah beberapa kali menginap di hotel. Ia mengatakan bahwa sebenarnya tujuan dari menginap hotel tersebut ialah karena untuk istirahat setelah lelah menonton konser dan dapat cepat tidur. Namun ia pun berharap dapat bertemu juga dengan idola-idolanya yang menginap di hotel yang sama tersebut.

Siapa tau hoki gitu ketemu papasan pas ke kamar
atau breakfast atau pas di lift, heheheh...
(Informan 2)

Informan 3 berkata bahwa kalau ia menonton sebuah konser K-pop, ia akan membeli sebuah lightstick. Lightstick tersebut biasa digunakan penggemar-penggemar yang menonton sebuah konser untuk mendukung idola-idola mereka. Biasa suasana tempat konser yang mulai redup akan terang benderang dengan warna-warna lightstick yang dibawa oleh para penggemar.



Gambar 4 20

Sumber: http://static.allkpop.com/wp-content/uploads/old/2009_stories/20090719_suju_supershow_pic2.jpg

Aku uda nonton konser... yang pengen banget tuh nonton fan-meeting. Fan meeting itu lebih intimate gitu. Lebih pengennya ini di luar. Soalnya kalo di Indo tuh kayak lebih kerasa kayak ada kompetisyennya gitu antar fans. Kalo di luar tuh kayak lu suka, gue suka, ya udah... klo di Indo kayak yang “itu kan punya gue... kok lu suka”
(Informan 3)

Informan 3 mengatakan dengan ia telah menonton konser-konser K-pop, hal tersebut membuatnya menginginkan hal yang lebih yaitu untuk menghadiri sebuah fan-meeting.

Informan 4 pernah menjemput idolanya di bandara, dan ternyata ia gagal bertemu dengan idolanya. Hal itu menyebabkannya malas untuk menjemput idolanya lagi di bandara bila datang.

Informan 4 pun tidak ada keinginan untuk membuka kamar hotel agar satu hotel dengan idolanya.

Keinginan informan 4 lebih jauh mengenai idolanya SHINee adalah agar ia dapat menonton konser idolanya tersebut di negeri Sakura.

Pengen nonton Arena Tour-nya SHINee di Jepang, hahaha... (Informan 4)

Dari keterangan empat informan, terlihat bahwa mereka telah mengalami kesadaran palsu yang ditanamkan oleh budaya K-pop. Mereka sangat mementingkan kepentingan untuk menonton konser idola, membeli lightstick ketika konser, hingga membuka kamar hotel. Hal tersebut mereka anggap sebuah kebutuhan tersendiri bagi diri mereka.

4.7.3 Mengikuti Komunitas K-pop dan Fanbase Idola

Penggemar yang telah terlanjur jatuh cinta dengan idolanya pasti akan berlama-lama di depan monitor komputer, berlama-lama untuk menjelajah dunia maya demi mendapatkan berita terkini tentang idolanya. Mereka akan bergabung dengan komunitas-komunitas yang memberikan diri mereka informasi seputar profil dan biodata idolanya, gosip-gosip seputar idolanya., bahkan hal-hal kecil tentang idola pun akan dibaca dan diingat-ingat.

Informan 1 tidak menyukai bergabung dengan komunitas maupun fanbase idolanya. Ia lebih suka menikmati hal-hal yang berhubungan dengan idolanya melalui menjelajah dunia maya sendiri, dan ia lebih suka tidak berbagi euforia terhadap idolanya dengan orang lain.

Informan 2, 3, 4 kebalikan dengan informan 1. Mereka bergabung dengan komunitas dan fanbase seputar idola mereka.

Informan 2 menyatakan saat ini ia mengikuti 2 forum internasional. Untuk forum fanbase lokal, ia pernah mengikutinya, tapi sekarang sudah tidak lagi.

Oooh... Sujunesia pernah tapi udah lama banget pas 2009 itu tapi udah ga ngikutin,, paling aku ada di SJ-World sama forum official Jepang nya Infinite. (Informan 2)

Informan 2 biasa berhubungan dengan member-member komunitas lainnya dengan media 'wall'. Ia pun mengaku suka memberikan komentar terhadap foto-foto idolanya itu.

Selain komunitas tersebut informan 2 mengakui bahwa ia suka membuka beberapa situs lainnya. Dan frekuensinya mengakses situs-situs tersebut adalah setiap hari.

Informan 3 dan 4 mengikuti sebuah komunitas idola mereka SHINee indonesia yang biasa disebut Shawol Indo. Mereka bahkan mendapat posisi yang diinginkan semua penggemar SHINee di seluruh Indonesia yaitu sebagai admin di situs komunitas tersebut.

Oh.. ikutan. Aku ikutan shawol indo, sama fans indo Henry. (Informan 3)

Iseng sebenarnya. Jadi kayak dulu tuh Shawol-Indo tuh adminnya cuma 1 ato 2 founder sama admin. Foundernya uda kuliah kan, jadi sibuk banget. Yang adminnya uda mo UAN. Terus, agak kesulitan gitu atur waktunya. Terus dibuka gitu, kayak nyari siapa yang mo jadi admin gitu. Sebenarnya Shawol-Indo fanbase gede. Uda 35ribuan lebih followernya dari awal SHINee. Pokoknya uda fanbasenya gede banget, waktu aku masuk juga deg-degan soalnya mereka bener-bener nyari admin gitu yang bisa ke fanbase Korea. (Informan 3)

Informan 4 merupakan admin shawolindo, namun dia kini terbilang jarang mengakses. Ia malah jarang mengakses situs korea, ia lebih sering mengakses situs berbahasa Cina seperti Weibo dan Baidu.



Gambar 4 21

Sumber: [http://2.bp.blogspot.com/-](http://2.bp.blogspot.com/-P1X7RcVanNY/TqLkVL7tJJI/AAAAAAAAADQ/MjR1gVnuXfU/s1600/sina-weibo-logo.png)

[P1X7RcVanNY/TqLkVL7tJJI/AAAAAAAAADQ/MjR1gVnuXfU/s1600/sina-weibo-logo.png](http://2.bp.blogspot.com/-P1X7RcVanNY/TqLkVL7tJJI/AAAAAAAAADQ/MjR1gVnuXfU/s1600/sina-weibo-logo.png)



Gambar 4 22

Sumber: [http://cdn.everythingicafe.com/wp-content/uploads/2012/06/baidu-](http://cdn.everythingicafe.com/wp-content/uploads/2012/06/baidu-300x224.jpg)

[300x224.jpg](http://cdn.everythingicafe.com/wp-content/uploads/2012/06/baidu-300x224.jpg)

Gambar 4 21 ialah logo Weibo dan gambar 4 22 adalah logo Baidu. Informan ini banyak mengakses 2 situs berbahasa Cina tersebut. Dikarenakan informan 4 yang berasal dari etnis tionghoa, kendala bahasa mandarin bukanlah sebuah masalah yang besar bagi dirinya.

Dari pernyataan di atas, terlihat bahwa penggemar menganggap mengakses situs-situs mengenai idola adalah sebuah kebutuhan. Terlebih lagi mereka ikut ambil bagian dalam struktur kepengurusan komunitas tersebut.

4.7.4 Membuka Toko Online dan Kebutuhan Aksesoris Idola

Dengan mengagumi idola-idola K-pop, kemudian mereka mengoleksi beragam macam album-album K-pop, kadang itu bisa menjadi ide untuk penggemar untuk membuka sebuah usaha menjual toko online yang menjual album-album K-pop.

Dalam penelitian ini hanya informan 1 dan informan 3 yang beralih dari seorang penggemar yang konsumtif menjadi penggemar yang produktif.

Informan 1 juga menjelaskan bahwa ia tidak memerlukan modal yang besar dalam membuka usaha ini, karena sistem pembelian album biasanya pre-order sehingga pembeli biasa membayar penuh sebelum informan melakukan order ke distributor.

Ia menambahkan bahwa orangtuanya mendukung apa yang dia lakukannya saat ini. Sebab berawal dari hobi, bisa menjadi sebuah usaha.

Informan 3 juga mengatakan bahwa ia mulai berjualan album-album K-pop sekarang. Semua berawal dari seorang keluarganya, tantanya tepatnya yang membuka usaha toko online. Kemudian ibu informan 3 menyuruhnya untuk mencoba membuka sebuah toko online. Informan 3 sebelumnya berpikir apa yang akan dijual di toko online-nya tersebut. Lalu tercetuslah mengapa ia tidak menjual saja album-album K-pop yang selama ia selalu ia buru ketika penyanyi favoritnya merilis sebuah album.

Informan 3 pun menjelaskan bahwa ia memiliki seorang distributor yang berasal dari Korea, sehingga ia bisa melakukan pre-order dan membeli barang dalam jumlah yang banyak bila album artis idola tersebut memiliki banyak penggemar di Indonesia. Dan keuntungan bila informan 3 membeli barang dalam jumlah banyak ialah ia akan mendapatkan gratis biaya pengiriman yang biasanya biaya pengiriman tersebut terbilang cukup mahal dalam pengiriman barang dari Korea Selatan sampai ke Indonesia.

Pendapat informan 3 pun sama dengan informan 1. Baginya menjalani bisnis menjual album K-pop ini ialah dari hobi bisa menjadi sebuah usaha.

Informan 2 dan 4 tidak membuka toko online, namun ia lebih konsumtif dengan membeli segala aksesoris yang dikenakan oleh idolanya.

Baik informan 1, 2, 3, dan 4, mereka berpikir bahwa membuka toko online dan membeli segala aksesoris yang dikenakan artis idolanya bagaikan sebuah tuntutan dalam menggemari K-pop.

Mereka tidak merasakan bahwa itu merupakan taktik bisnis yang dilakukan oleh kaum kapitalis.

4.7.5 Kebutuhan Bahasa Hingga Wisata.

Para penggemar K-pop ini, dengan mengagumi K-pop, pastinya menghadapi yang namanya kendala bahasa. Dikarenakan bahasa Korea ini dulunya merupakan bahasa asing di dunia, dan tidak banyak yang menggunakan bahasa ini. Dahulu orang-orang lah hanya mengenal bahasa Inggris dan bahasa Mandarin sebagai bahasa yang paling banyak dipelajari. Semenjak terkenalnya budaya K-pop ini, bahasa ini pun mulai banyak dipelajari oleh penggemar-penggemar K-pop di seluruh dunia.

Informan 1 mengambil kursus bahasa Korea karena ia ingin mampu menonton film-film Korea tanpa *subtitle*. Orang tuanya pun sempat protes

dengan bahasa Korea tersebut, mereka takut kalau bahasa Korea yang dipakai di film-film mengandung unsur satanisme.

Karena informan 1 berasal dari keluarga Tionghoa yang taat, mungkin orang tuanya khawatir bila anaknya, informan 1, mengikuti aliran yang tidak-tidak. Terutama dalam lagu-lagu Korea Selatan, yang dengan bahasanya terbilang mulai meledak ketika K-pop ini terkenal.

Informan 1 mulai mengikuti les bahasa Korea sejak tahun 2009. Kini ia sedang berada di level 5. Berdasarkan pemikirannya, ia kemudian memutuskan ingin melanjutkan pendidikannya di perguruan tinggi di Korea. Pemikiran tersebut sempat ditentang oleh kedua orang tuanya dikarenakan mereka tidak memiliki sanak keluarga yang tinggal disana, dan keluarga informan 1 belum pernah ada yang pergi berlibur ke negeri ginseng tersebut.

Informan 1 menyatakan bahwa ia dengan modal nekat akan pergi bersekolah di Korea. Ia menceritakan kepada peneliti perkiraan biaya yang akan ia habiskan selama bersekolah disana dan hidup di Korea Selatan.

Peneliti cukup takjub mendengar biaya yang akan ia habiskan di Korea Selatan selama jenjang S1 tersebut. Tetapi informan 1 meyakinkan peneliti bahwa perkiraan biaya yang akan ia habiskan sesungguhnya sudah ditekan sana-sini dan termasuk murah.

Informan 1 juga menjelaskan dengan ia bersekolah ke Korea Selatan, itu juga akan memudahkannya untuk mengembangkan bisnis online-nya lebih jauh. Informan 1 menerangkan bahwa saat ini ia hanya menjual CD dan DVD Korea Selatan, kemungkinan dengan ia bersekolah disana, ia berharap bisa menjual lebih dari itu.



Gambar 4 23

(Sumber: http://profile.ak.fbcdn.net/hprofile-aksnc4/187076_100002392292703_1457094_n.jpg)

Informan 1 kini dalam masa persiapan keberangkatan ke Korea Selatan.

Informan 2 tidak mengikuti kursus bahasa Korea karena orang tuanya masih melarangnya. Menurut orangtua informan 2, ia harus berkonsentrasi belajar dahulu dan mendalami bahasa Inggris dulu saja. Namun ia mengatakan bahwa di sekolahnya pun bahasa Korea juga diajarkan.

Informan 3 juga mengikuti kursus bahasa Korea. Ia bahkan dari lembaga kursusnya tersebut, ia melakukan perjalanan study tour ke Korea Selatan. Namun informan 3 tidak ingin melanjutkan bersekolah di Korea Selatan, ia malah menginginkan melanjutkan pendidikannya di Universitas Indonesia dengan jurusan Hukum.

Informan 4 mengikuti kursus bahasa Korea hanya sebentar, kira-kira 6 bulan. Informan 4 berasal dari keluarga yang berkecukupan yang membuatnya tidak segan-segan menghabiskan uang dalam jumlah yang besar.

Informan 4 juga pernah berwisata ke Korea dan menonton konser-konser disana.

Dalam kaitannya, terdapat banyak nilai mengapa budaya Korea ini bisa begitu sedemikian menarik perhatian. Itu merupakan keunggulan yang

ditonjolkan oleh pemerintah Korea Selatan dalam propaganda perekonomiannya.



Universitas Indonesia

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Secara garis besar, penelitian ini membahas bagaimana budaya Korea Selatan, terutama musik K-pop-nya, yang mendominasi Indonesia sedemikian rupa. Selain musik, Korea Selatan juga mulai menyebarkan hegemoni-hegemoninya berupa komodifikasi kebudayaan lainnya di tanah air.

Sebelumnya K-pop tidak banyak dikenal, namun dengan ketekunan industri musik Korea Selatan, mereka mulai menyebarkan virus yang bernama Hallyu Wave. Mereka memulai dengan mendominasi pasar Jepang. Karena dengan keberhasilan mendominasi pasar Jepang, mereka akan mampu merambah pasar internasional.

Dengan meledaknya budaya Korea dimana-mana, mereka kemudian mulai mengomodifikasi segala hal yang berbau kebudayaan mereka agar bisa dijual dan menghasilkan devisa. Ini merupakan sebuah bentuk imperialisme budaya yang ingin dicapai oleh pihak Korea Selatan.

Remaja-remaja Jakarta mulai menyukai K-pop awalnya bermula dari menonton video-video musik K-pop seperti yang dialami informan 1 dan informan 4, dengan menonton drama yang dilakukan oleh informan 2, dan dari pengaruh menonton variety show yang dialami informan 3.

Pengalaman awal keempat informan berbeda-beda, tetapi semua hal itu bermuara kepada sebuah dominasi yaitu musik K-pop.

Motif mengapa musik K-pop itu begitu menarik perhatian mereka, beragam alasan diutarakan oleh keempat informan. Namun rata-rata jika ditilik kembali alasan mereka hampir seragam seperti konsep boyband dan girlband yang enerjik, penampilan mereka yang seolah-olah tanpa cela. Boyband-

boyband Korea Selatan semuanya tampan dan berpostur tinggi. Girlband-girlband yang semua personelnya cantik-cantik, ramping, dan rata-rata berpostur minimal 160cm.

Kapitalisme industri K-pop nampak pada komoditas-komoditas produknya yang berupa:

- Album K-pop. Dalam merilis dan menjual album K-pop ini mereka memulai dengan menampilkan *teaser* agar membuat penggemar-penggemarnya penasaran. Dan mereka juga membuat album-album dengan berbagai versi dengan tambahan beberapa lagu di masing-masing versi.
- Tiket konser. Harga tiket konser yang mereka jual pun biasa oleh remaja-remaja Indonesia dianggap relatif mahal. Tetapi pihak manajemen Korea Selatan mampu menampilkan kelebihan-kelebihan dari setiap penampilan artisnya. Dengan tiket yang mahal itu, biasa panggung mereka menggunakan efek-efek spesial yang menjadikan suasana konser tersebut berbeda dengan konser-konser artis dari manajemen-manajemen lain.
- Aksesoris dan fashion idola. Pihak manajemen Korea Selatan biasa menentukan aksesoris apa yang melekat ditubuh idola, yang kemudian oleh media Korea Selatan diekspos sehingga aksesoris dan gaya fashion yang dikenakan artis tersebut menjadi sangat populer dan diikuti oleh para penggemarnya.
- Bahasa Korea sendiri pun menjadi sangat populer. Dahulu bahasa Jepang yang banyak dipelajari oleh orang-orang, kini semenjak budaya Korea Selatan meledak, orang-orang banyak yang mulai melirik dan mempelajari bahasa tersebut baik dengan sebuah lembaga kursus mau pun belajar secara otodidak.

- Wisata ke Korea Selatan menjadi fokus tersendiri bagi pemerintah Korea Selatan. Tempat-tempat yang pernah menjadi lokasi syuting sebuah drama dijadikan tempat pariwisata bagi wisatawan lokal dan wisatawan asing. Mereka mendatangi lokasi tersebut untuk bernostalgia adegan-adegan dalam sebuah drama atau pun film yang telah disaksikan. Ditambah pula pemerintah Korea yang gencar menjadikan para artis idola sebagai duta pariwisatanya yang menjadikan Korea Selatan makin banyak dikunjungi.

Dengan imperialisme budaya K-pop ini, pihak Korea Selatan menanamkan kesadaran-kesadaran palsu yang tanpa disadari oleh penggemar-penggemarnya telah menjadi sebuah kebutuhan tersendiri bagi mereka. Seperti yang telah dipaparkan pada bentuk-bentuk kapitalisme K-pop diatas, tanpa disadari para penggemar telah terikat oleh kebutuhan-kebutuhan tersebut.

Kebanyakan penggemar-penggemar itu merasakan kekosongan apabila tidak mengonsumsi komoditas-komoditas tersebut. Setiap ada produk K-pop terbaru mereka seakan-akan dituntut untuk mengonsumsi hal-hal tersebut. Meskipun dengan harga yang selangit, penggemar-penggemar yang terlanjur fanatik akan mengusahakan untuk memperoleh komoditas atau produk tersebut.

5.2 Implikasi Studi

Dalam penelitian ini penulis menemukan implikasi teoritis bahwa media internet merupakan pusat pembentukan dan penyebaran budaya populer. Media baru tersebut merupakan sebuah wadah yang dapat diakses oleh anak-anak muda dimanapun. Ditunjang dengan telepon seluler yang sekarang ini mampu digunakan untuk mengakses media internet, masyarakat tidak perlu lagi mengandalkan personal komputer.

Didukung dengan media massa seperti koran, majalah dan tabloid yang juga membahas tentang K-pop, ditambah media elektronik seperti televisi dan radio yang makin menyebarkan budaya K-pop sehingga bisa meledak secara global.

Belum adanya penelitian yang membahas mengenai imperialisme budaya K-pop ini, diharapkan penelitian ini bisa menjadi referensi untuk penelitian-penelitian yang berkenaan dengan K-pop di kemudian hari.

5.3 Rekomendasi

Untuk penelitian berikutnya, peneliti merekomendasikan untuk melakukan studi terhadap terpaan K-pop ini terhadap kepribadian penggemar-penggemar K-pop. Diharapkan dapat diketahui lebih lanjut apakah terpaan K-pop ini dapat melunturkan sifat nasionalisme dan kecenderungan penggemar K-pop lebih mencintai Korea Selatan daripada tanah airnya sendiri.

Media nasional pun diharapkan memberikan pemahaman kepada penggemar-penggemar ini agar tidak tersesat ke dalam kesadaran palsu yang ditanamkan pihak Korea Selatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Babbie, E. dan Baxter, L. 2004. *The Basic of Communication Research*. California: Wadsworth Thomson.
- Boyatzis, R. (1998). *Transforming qualitative information: Thematic analysis and code development*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Bryman, A. 2008. *Social Research Method*, 3rd ed, Oxford.
- Bungin, B. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Creswell, J. W. 1998. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Traditions*. California: Sage.
- Denzin, N. K. dan Lincoln Y. S. 1994. *Handbook of Qualitative Reasearch*. Thosand Oaks, London, New Delhi: Sage.
- Gerbner, G., & Gross, L. 1976a. *Living with television: The violence profile*. *Journal of Communication*, 26, 172-199.
- Heiner, R. 2006. *Social Problems: An Introduction to Critical Constructionism*. New York : Oxford University Press
- Hesmondhalgh, D. 2007. *The Cultural Industries*, 2nd ed., London, Los Angeles and New Delhi: Sage
- Horkheimer, M. dan Adorno, T. W. 2002. *Dialectic of Enlightenment: Philosophical Fragments*. California: Standford University Press.
- Kim, J. 2005. *Crisis and Change: South Korea in a Post – 1997 New Era*. Korea: Ewha Womans University Press.
- Kriyantono, R. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana Perdana Media Grup. Jakarta.
- Lindlof, T. R. dan Taylor, B. C. 2002. *Qualitative Communication Research Methods (second ed)*. Sage Publications, Thousand Oaks, CA.
- McQuail, D. 2000. *McQuail's Mass Communication Theory*. SAGE Publications Ltd.
- Newman, W. L. 2006. *Sixth Edition Social Research Method: Qualitative and Quantitative Approaches*. USA: Pearson Education, Inc.

- Nugroho, S. A. 2005. *Hallyu: Gelombang Korea di Asia dan Indonesia (paper presented at the Workshop for High School Teachers of Eastern Java Province, Multimedia Room, Gadjah Mada University, August 22 – 24, 2005)*
- Schiller, H.I. 1976. *Communication and cultural domination*. New York: International Arts and Sciences Press.
- Patton, M.Q. 2002. *Qualitative evaluation and research methods (3rd ed)*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Prasetyo, E. 2004. Kapitalisme & Neoliberalisme: Sebuah Tinjauan Singkat. Dalam *Ekonomi Politik Journal Al-Manār* Edisi I/2004.
- Strauss, A. L. 1987. *Qualitative analysis for social scientists*. New York: Cambridge University Press.
- Strinari, D. 1995. *An introduction to theories of popular culture*. New York: Routledge.
- Weston, C., Gandell, T., Beauchamp, J., McAlpine, L., Wiseman, C., & Beauchamp, C. 2001. Analyzing interview data: The development and evolution of a coding system. *Qualitative Sociology*,
- Witkin, R.W. 2003 . *Adorno on popular culture*. London: Routledge.

Sumber Internet:

- _____. 2011. We Love Korea – Hallyu baru memeluk dunia. Retrieved: 17 November 2011 from http://world.kbs.co.kr/indonesian/event/c50y_2011/sub01.htm
- _____. 2011. K-Pop Hits Madison Square Garden at SMTown Live. Retrieved: 17 November 2011 from <http://www.billboard.com/news/k-pop-hits-madison-square-garden-at-smtown-1005430562.story>
- _____. 2011. 2PM Hands Up Concert Jakarta. Retrieved: 25 November 2011 from <http://marygops.com/events/past-events/18-2pm.html>
- _____. 2011. CN Blue – Blue Storm, Jakarta. Retrieved: 25 November 2011 from <http://cnbluestorm.com/2011/09/27/info-cnblues-concert-tour-schedule/>
- _____. 2011. Musik Bank Indosiar. Retrieved: 5 Januari 2012 from <http://id-id.facebook.com/MusicBankIndosiar>

_____. 2011. MAMA 2011 Akan Tayang Di Indosiar. Retrieved: 5 Januari 2012 from <http://hot.detik.com/music/read/2011/11/29/152512/1778277/1180/mama-2011-akan-tayang-di-indosiar>

Little, D. 2008. *False consciousness*: A brief explanation of Marx's conception of false consciousness; some of the ways in which later Marxist thinkers have used the concept. Retrieved: 28 November 2011 from <http://www-personal.umd.umich.edu/~delittle/iess%20false%20consciousness%20V2.htm>

Rivarious. 2010. Sejarah Game Online Di Indonesia. Retrieved: 17 November 2011. <http://www.kaskus.us/showthread.php?t=3037389&page=8>

Siringo-ringo, S. B. 2011. Demam “Korean Style”. Retrieved: 3 Januari 2012. <http://sosbud.kompasiana.com/2011/12/07/demam-“korea’n-style”/>

Sumber Tesis:

Wulantari, R.A. 2011. Konstruksi dan reproduksi maskulinitas kelompok muda urban kelas menengah: Studi fenomenologi di antara penonton drama Korea Selatan. Universitas Indonesia.

Rastati, R. 2011. Media dan Identitas: *Cultural Imperialism* Jepang Melalui *Cosplay* (Studi terhadap *Cosplayer* yang Melakukan *Crossdress*). Universitas Indonesia.

Emma Meilani R. 2005. Penyebaran budaya populer di kalangan remaja: Analisis semiotik terhadap artikel “Fashion Diva-Gaya Seleb” di majalah *Cosmogirl*. Universitas Indonesia.

Setiowati, E. 2011. Imperialisme budaya dan pembentukan identitas: Kajian terhadap fanatisme remaja pada budaya pop Jepang di Jakarta. Universitas Indonesia.

PERTANYAAN WAWANCARA

➤ **Permulaan ketertarikan terhadap K-pop**

1. Sejak kapan suka K-pop? Awalnya bagaimana?
2. Kenapa bisa suka K-pop?
3. Pernah suka musik Indonesia, Barat, Mandarin atau Jepang?

➤ **Imperialisme Budaya Korea**

1. Di antara semua musik pop dari negara-negara tersebut, keunggulan menonjol K-pop apa?
2. Hal-hal yang berhubungan dengan Korea apa saja yang telah ada di Jakarta?

➤ **Dunia Hiburan Korea – K-pop**

1. Mencari informasi seputar K-pop biasa dari mana saja?
2. Seberapa sering? Sejauh mana media tersebut bisa memberikan informasi terkini dan akurat?

➤ **Kapitalis Industri Musik K-pop → Kesadaran Palsu → Kultivasi**

1. Apa mengoleksi barang-barang K-pop? Apa saja?
2. Sejak kapan mulai koleksi? Kenapa? Bagaimana mendapatkannya? Kendala harga?
3. Dengan mengoleksi tersebut, yang dirasakan apa terhadap idola tersebut?
4. Menonton konser-konser mereka?
5. Kalau konser di luar negeri biasa mendapatkan tiketnya bagaimana?
6. Bagaimana biasanya menunjukkan kalau kamu adalah fans K-pop? (Bahasa, gaya hidup, pernak pernik yang dipakai, etc)
7. Berteman hanya dengan sesama pencinta K-pop sajakah?
8. Apakah punya teman yang tidak gemar K-pop? Bagaimana bergaul dengan mereka?
9. Ikut komunitas (fan-base / fandom) idola? Nama komunitasnya apa? Kenapa ikut komunitas tersebut? Dengan media apa kamu dapat berhubungan dengan member lain komunitas tersebut? Apa yang biasa kamu lakukan dalam komunitas tersebut?

10. Dengan menggemari K-pop, bagaimana dengan kendala bahasanya? Sejak kapan les Korea? Kenapa? Biasa menggunakan bahasa Korea dimana saja?

➤ **Fenomena**

1. Apakah menyadari kalau K-pop begitu fenomenal di Indonesia? Menyikapinya bagaimana?
2. Nilai yang didapat dari idola tersebut seperti apa?
3. Orangtua pernah mengeluh tentang kegemaran ini?
4. Keinginan lebih jauhnya apa mengenai K-pop ini?



TRANSKRIP WAWANCARA

Informan : Ivena Gavril Wirjadi (1)
Profil : Pelajar dan Pemilik toko online JKPoop
Hari/Tanggal : Sabtu, 26 Mei 2012
Pukul : 12.30
Lokasi : Bina Lembaga Cerdas – Korean Language Center

Pewawancara (P)
Informan (I)

P : Hai, Iv. Gue mau wawancara lu soalnya kan gue butuh narasumber untuk topik tesis gue yang judulnya *Cultural Imperialism...* Jadinya disini intinya kenapa sih remaja-remaja sekarang gemar banget sama musik Korea, fenomenal banget kan itu. Jadi langsung tanya aja yah. Lu suka Korea sejak kapan sih?

I : Sejak tahun 2009, awal-awal.

P : Emang kenapa bisa suka mulai tahun 2009 itu?

I : Awalnya gara-gara lagi iseng-iseng nonton, terus ada lagunya Girls' Generation itu sama Wonder Girls. Terus mulai cari-cari Korea-Korea-an.

P : Kalau Girls' Generation dari lagu apa tuh?

I : Gee.

P : Kalau Wonder Girls?

I : Nobody.

P : Okay, terus sebelum suka musik Korea, lu suka musik dari negara lain gitu ga?

I : Biasa dulu dengerinnya paling yang barat-barat... sama Indonesia.

P : Mandarin atau Jepang itu ga?

I : Ga terlalu...

P : Jadi menurut lu sendiri, lebihannya musik Korea sendiri itu dibanding barat itu apa atau dibanding Indonesia?

I : Lebih... mungkin lebih enerjik dari pada yang di Indonesia. Lebih easy-listening lah, lebih enak didenger, terus suka lucu-lucu gitu kan, kata-katanya suka aneh. Bahasanya kan juga baru, ga biasa lah didengarkan.

P : Kalau barat juga gitu? Dibandingkan sama barat?

I : Ya... dibandingkan sama barat, kayaknya sekarang suka yang sok seksi-seksi banget. Gimana gitu...

P : Berarti tau dong kalau k-pop fenomenal banget di Indonesia?

I : He em...

P : Terus lu nyikapinya tuh gimana?

I : Kadang sih suka berasa risih, jadi kalau yang terlalu fanatik gitu... kadang suka... apa sih... ya bagus sih bagus tapi ga usa sampai sefanatik gitu lah. Sampai kayaknya pengen banget ke Korea, suka banget, tapi benci banget sama Indonesia gitu. Kadang sampai ada yang terlalu fanatik aja gitu.

P : Terus kalau lu nunjukin kalau “ini loh gue ngefans sama K-pop” itu kayak gimana?

I : Tidak suka menunjukkan. (tertawa)

P : Oh ga suka menunjukkan?

I : Enggak gitu suka.

P : Kenapa tuh ga suka nunjukkin?

I : Enggak apa-apa. Enggak gitu demen aja.

P : Kayak lu bilang yang nunjukkin kesannya norak gitu?

I : Ya... ya sih... (tertawa)

P : Terus, lu berteman gitu sama sesama pencinta K-pop aja atau sama yang lain-lain juga?

I : Karena kan masih sekolah, semua yang temenin lah, selama tidak menyebarkan.

P : Terus ikut komunitas fans K-pop gitu ga? Fandom, fanbase, forum-forum gitu via internet?

I : Enggak... males ikut-ikutan. Suka ya suka sendiri aja, heboh sendiri tapi ga sampai yang sama orang-orang lain.

P : Terus kalau ga ikut komunitas gitu, cara update berita terbarunya gimana?

I : Liat di internet...

P : Lu kan ngefans sama K-pop yah... terutama lagu-lagunya, dan pasti ada bahasanya kan. Bahasanya baru, bahasa Korea. Itu kendala bahasanya gimana?

I : Banyak sih nyari (lirik lagu), tapi emang suka nyari-nyari juga di internet terutama lirik-lirik lagu gitu. Cari tahu... terus nge-les juga. Nge-les korea gitu.

P : Nge-les korea uda dari kapan?

I : Dari 2009 juga sih sampai 2010.

P : Kenapa tuh les Korea?

I : Pengennya dulu nge-sok nontonin... apa... film-film Korea ga pakai subtitle. Tapi ga ngerti sendiri. Sampai sekarang belum bisa.

P : Terus les-nya dimana?

I : Bina Lembaga Cerdas.

P : Itu di daerah mana tuh?

I : Di daerah Kebon Jeruk.

P : Yang ngajar gurunya kayak gimana?

I : Yang ngajar Ms. Kang, terus pernah diajarin sama Mr. Kang juga. Sama Mr. Kim. Tapi paling sering sama Ms. Kang.

P : Oh, berarti native yah?

I : Iya...

P : Terus uda les gini, biasa bahasa Korea dipakai dimana aja tuh?

I : Jarang-jarang dipakai. Biasa dipakai buat jualan.

P : Oh... berarti punya toko. Jualan... Jualan apa tuh?

I : Jualan CD/DVD... Jepang sama Korea.

P : Itu jualnya punya counter sendiri atau via online?

I : Online shop gitu.

P : Namanya apa tuh?

I : JKPOOP...

P : Berarti kalau punya toko online, mengoleksi sendiri juga?

I : Itu cuman buat artis-artis yang emang disukai aja. Ga semuanya sampai dipunya.

P : Berarti untuk artis yang disukai sendiri nyediain budget sendiri atau ga?

I : Enggak... kalau suka yah dibeli, kalau ga ya ga...

P : Yang toko online ny itu berarti kan mesti modal kan. Buat kalau ada pesenan atau apa gitu. Yang modalin siapa?

I : Sebenarnya bisa dibilang modalnya nol, karena kan sistemnya pre-order. Jadi mereka bayar dulu, baru kita pesenin. Kalau ga bayar, ga pesenin. Jadi itung-itung ga pakai modal.

P : Jadi orang tua nanggung lu suka K-pop, terus berbisnis gitu gimana?

I : Sangat mendukung sih... terutama dalam bisnis kayak gini. Sangat mendukung, maksudnya yah... dibantuin apa... cari-cari apa, barang apa...

P : Nonton-nonton konser gitu ga?

I : Iya... tapi Cuma yang di Indo aja.

P : Kenapa ga sampai nonton ke luar negeri?

I : Belum ada budgetnya.

P : Kalau yang di Indonesia uda nonton siapa aja?

I : 2PM... Jay Park...

P : Biasa nonton konser gitu, ditargetin ga mau yang VIP atau yang kelas berapa gitu?

I : Kalau bisa ambil yang VIP... soalnya kalau festival gitu kan takutnya ga puas. Karena kalau festival kan capek. Soalnya pernah kan waktu itu nonton 2PM, semuanya ga ada kelas-kelas, festival semua, yang Cuma sebentar itu yang bareng Taio Cruz.

P : Yang sponsornya Blackberry itu yah?

I : He eh... itu ga mau lagi. (tertawa)

P : Lu ngefans gitu sama K-pop, nilai kayak apa sih yang lu dapetin dengan ngefans idola-idola gitu?

I : Paling yah... idolanya yah... itu... hm... sungguh-sungguh gitu loh, enggak asal-asalan kayak di Indo kan banyak yang baru-baru kayak Smash, Cherybelle, kayak gitu kayak asal-asalan. Kalau misalkan disono, ditraining-training sampe enam tahun, tujuh tahun... Mereka mang bener-bener dah siap gitu untuk perform segala macem. Ngeliat kerja kerasnya begitu.

P : Terus keinginan lebih jauh mengenai K-pop atau Korea sendiri itu gimana?

I : Maksudnya pengen kesono gitu?

P : Banyak kan ABG-ABG disini yang ngefans and mo dateng langsung lah... Lu pengennya kayak gimana?

I : Pengen... Makanya pengen kuliah disono... (berbinar).

P : Mau kuliah disana? Persiapannya uda apa aja?

I : Uda daptar, uda belajar bahasanya... Tapi masih pake bahasa Inggris sih itu belajarnya.

P : Daftarnya dimana tuh?

I : Dibantuin sama guru les...

P : Guru les di BLC juga?

I : Iyaaaaa...

P : Kampusnya uda ketauan? Kampus apa-apa gitu...

I : Uda... Keimyung University...

P : Disana ambil jurusan apa?

I : Ambil bisnis (nyengir)

P : Terus, tinggalnya uda?

I : Di *dorm*.

P : Oh, ada *dorm*-nya?

I : He eh...

P : Orang tua mendukung banget ato gimana?

I : Sebenarnya sih setengah-setengah karena kan enggak pernah hidup sendiri kan... Yah, beratlah jadinya. Sendiri juga semuanya disono. Terus enggak ada temen juga kan... Ga ada orang yang kenal disono jadinya paling berat disitu. Apalagi kan bahasanya orang sono susah ngomong Inggris juga kan...

P : Masih ada kendala bahasa juga kalau disana?

I : Iya... He eh...

P : Okay, kayaknya cukup dulu... Nanti misalnya ada kurang apa-apa, gue hubungin lu lagi yah...

I : Okay... (senyum)

KETERANGAN:

Wawancara dilakukan di sebuah kelas di sebuah lembaga Kursus Korea, Bina Lembaga Cerdas. Peneliti cukup kenal dengan informan karena merupakan teman satu tingkat dalam les bahasa Korea sehingga bahasa yang digunakan lebih informal.

CATATAN TAMBAHAN:

- ➔ Wawancara dilakukan setelah peneliti dan informan selesai les bahasa Korea.
- ➔ Informan mengenakan pakaian kasual dan celana jeans pendek.
- ➔ Informan menatap mata peneliti secara langsung ketika menjawab setiap pertanyaan.
- ➔ Gaya bicara informan khas anak muda Jakarta.
- ➔ Pewawancara beranggapan bahwa informan bersifat *moody*, karena ketika les bersama informan sering terlihat murung. Dan hari ini suasana hati informan sedang baik dan ia banyak tertawa dan menjawab pertanyaan yang diajukan dengan ramah.

Hari/Tanggal : Sabtu, 9 Juni 2012

Pukul : 22.50

Lokasi : Di mobil – perjalanan pulang ke rumah (Via BBM)

P : Pas ada konser gitu, pernah jemput gt ga c ampe ke airport?

I : Nononono... tp nyaris. Uda setengah jalan.

P : Wae yo?

I : Ternyata salah info. Jadinya pulang lagi. Hehe... pas 2PM kesini, ternyata mereka datang hanya beberapa jam sebelum konser (ini yang konser BB ya, bukan Hands Up). Dan karena semuanya festival, ga mau ambil resiko dapat diujung, jadinya ga jadi jemput. Plus rumah jauh dari airport, harus nginep di rumah temen.

P : Awal-awal ngefans K-pop gini, ortu pernah komplain ga c?

I : Sempet komplain karena bahasanya aneh, takutnya ternyata itu isinya enggak bener. Malah kayak pemujaan setan-setan gitu. Hahahahah... dan kayaknya itu juga yang menjadi alasan mendukung aku n cici les bahasanya, hehehe... Tapi sekarang enggak ada komplain kok. Malah kadang suka ikut-ikutan. Hahahah...

P : Klo tentang pas mereka konser terus ampe bela-belain nginep di hotel yang sama gt pernah ga?

I : Aku enggak pernah nginep2 di hotel mereka. Mahal hotelnya. Lagipula uda sama-sama di Jakarta. Hehehe... tapi kakakku pernah dimarahin gara2 stalking Uyong 2PM, ga ada kabar n ga bisa dihubingin sampe malem.

P : Stalking dimana?

I : Di Fansign-nya (kakakku ga dapet tiket fansign), n ke JITEC malem-malem sama 'teman tak dikenal yang sama2 bias Uyong' pas 2PM rehearsal disono.

P : Menurut u hal-hal yang behub di korea yang da ada di Jkt apa aj c?

I : Segala2nya...

P : Apa aja tuh?

I : Terutama yang berbau K-pop. Makanan, baju2, bahkan boyband girlband yang plagiat Korea pun ada. Event-event berbau Korea: banyak... bahkan saking populernya, semua produk-produk dibilang dari Korea, baik yang emang bener-bener dari Korea, maupun yang enggak. Terutama produk kecantikan, pernah nemu di ol-shop, bilangnyanya dari Korea, tapi tulisannya Cina smua... Hahahahahah... bahkan terkadang suka merasa fans-fans K-pop di Indo lebih Korea dibandingkan dengan orang-orang koreanya sendiri. Dalam arti sangat mencintai dan membanggakan Korea, tapi negaranya sendiri dihina-hina... hahahaha...

CATATAN TAMBAHAN:

➔ Wawancara tambahan ini dilakukan melalui *Blackberry Mesenger*.

➔ Informan memberitahukan bahwa ia sedang berada di mobil dalam perjalanan pulang dari rumah neneknya.

DATA PERSONAL INFORMAN:

Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 3 November 1994

Pekerjaan : Pelajar & Pemilik toko online JKPoop.

Kelas, Sekolah : Lulus SMAK Ketapang 2

Informan : Siti Rahma Nadhira (2)
Profil : Pelajar SMA
Hari/Tanggal : Minggu, 27 Mei 2012
Pukul : 16.00
Lokasi : Informan berada di rumah.

P : Hi Dhir... Jadi kan gue lagi bikin tesis untuk program S2 gue. Topik gw itu tentang *Cultural Imperialism* industri dunia hiburan Korea di Jakarta. Jadi yang gue teliti yah remaja-remaja Jakarta yang menggemari musik Korea gitu. Jadi gue langsung tanya-tanya lu aja yah...

I : Okay...

P : Sejak kapan sih lu suka sama K-pop?

I : Sejak tahun 2009-an akhir gitu deh...

P : Awalnya gimana tuh?

I : Awalnya gara-gara drama Korea BBF itu...

P : Dari drama itu kok bisa ke K-pop?

I : Iya... kan Kim Hyun Joong itu personil SS501, terus aku sukanya dia, jadinya mulai nyari-nyari info boyband Korea.

P : Hoo... itu awalnya. Sekarang pun masih suka SS501? Atau suka boyband lain?

I : Sekarang aku uda ga ngikutin SS501, sekarang aku sukanya Suju sama Infinite.

P : Jadi pas Suju dateng ke sini kemarin dalam rangka Sushow (Super Junior Show) nonton dong?

I : Nonton... hehehe...

P : Sebelum suka K-pop gini, lu suka musik-musik negara lain ga? Kayak barat atau Jepang... Mandarin gitu...

I : Enggak... paling lagu sehari-hari jadi Indo. Tapi ga terlalu addict.

P : Menurut lu, kelebihan musik Korea dibanding musik-musik lain tuh apa sih?

I : Hm... Musik Korea itu lebih berkharisma, punya warna sendiri gitu.

P : Berkharisma seperti apa tuh?

I : Ahh... Dia kan boyband ya... terus cakep-cakep... terus aliran mereka tuh K-pop, jadi beda sama musik-musik biasa apalagi pakai nge-dance. Hehehe...

P : Hoo... Terus menurut lu saat ini musik Korea di Indonesia uda seperti apa sih?

I : Buming banget ya... Walaupun masih ada yang ga suka tapi sebagian

besar uda tau K-pop.

P : Dibandingkan sama pas lu pertama ngefans tahun 2009 sama sekarang 2012, kerasa beda banget ga fenomena Korea-nya?

I : Beda... kalau pas 2009 tuh suka K-pop masih tentram gitu kayak berasa masih punya sendiri... Sekarang uda rame banget.

P : Lu menyikapi fenomena K-pop sekarang yang menjamur dimana-mana gitu gimana?

I : Menyikapi dalam hal apa nih?

P : Kan sekarang di media massa kita (TV, majalah, koran) kan banyak bahas tentang K-pop tuh...

I : Oooh... sebenarnya sih bagus yah... Biar K-pop tambah terkenal tapi paling ga sukanya kalau info-infonya udah mulai ngaco...

P : Contoh ngaconya kayak apa tuh?

I : Kayak mulai nyebutin nama band atau membernya salah... atau kalau di majalah biodatanya salah... atau fakta-fakta tentang membernya ngaco.

P : Gue juga sering denger mereka spellilng Koreanya *sotoy* gitu...

I : Iya... Makanya kadang-kadang suka kesel juga.

P : Terus... biasanya lu nunjukin kalau lu tuh fans K-pop tuh gimana?

I : Paling Cuma kayak nyuruh temen-temen dengerin lagu K-pop... Terus aku pakai aksesoris yang *bias* aku pakai, terus nge-*spazz* di Twitter.

P : Hoo... Tiap *bias* lu pakai aksesoris apa gitu, lu pasti beli *and* pakai?

I : Enggak juga... Aku sekarang cuma make gelang yang Dong Hae pakai yang warna silver. Paling kalau enggak, kalau misal *bias* aku pakai baju Nike, terus kebetulan aku liat bajunya, ya aku beli...

P : Alesannya kenapa tuh klo *bias* make apa, terus lu ngikutin?

I : Kalau yang gelang Dong Hae itu karena dia selalu make, tapi kalau yang kayak baju samaan gitu sih iseng aja.

P : Itu kan pernik-perniknya yah... Kalau soal bahasa gimana tuh?

I : Iyaaa... Bahasa sih awalnya susah banget karena gak ngerti sama sekali tulisannya juga, tapi kelamaan aku bisalah dikit-dikit.

P : Itu belajar bahasanya gimana?

I : Aku belajar sendiri sih... kayak sering liat acara-acara mereka kan ada subs inggrisnya jadi kayak uda kebiasaan gitu.

P : Ga les bahasanya gitu biar ada tutor?

I : Aku mau les, tapi belom boleh sama mama. Kalau tutor biasanya nanya ke temen yang les bahasa Korea atau yang uda lebih jago.

P : Terus dalam bergaul, biasa temenan sama sesama fans K-pop ajakah?

I : Enggak sih... soalnya di sekolah aku yang suka K-pop belum terlalu banyak, tapi yah... lebih nyaman yang sesama K-pop.

P : Ikut komunitas apa untuk sesama fans gitu?

I : Untuk sekarang ini ga... Hehehe...

P : Hoo... Kan lu suka Suju n Infinite, ga pernah masuk sujunesia n sejenisnya gitu?

I : Oooh... Sujunesia pernah tapi udah lama banget pas 2009 itu tapi udah ga ngikutin,, paling aku ada di SJ-World sama forum official Jepang nya Infinite.

P : Jadi berhubungan sama member lain di komunitas tersebut pakai media apa tuh?

I : Kalau SJ-W kayak bisa nge-wall gitu kan, tapi kalau yang infinite ga pernah.

P : Biasa kalau masuk komunitas itu, lu ngapain aja?

I : Biasa aku nge-comment-comment foto, liat schedule mereka gitu deh...

P : Terus dapat info-info seputar K-pop dari mana?

I : Twitter... Official website mereka...

P : Pernah dari situs-situs seperti All-Kpop atau Soompi gitu?

I : Oh iya... itu juga...

P : Situs-situs lain yang dikunjungi apa lagi? Blog-blog gitu?

I : Enggak... Palingan Cuma Tumblr atau Youtube sih paling sarana lainnya.

P : Itu seberapa sering masuk ke situs-situs tersebut?

I : Setiap hari... (tertawa)

P : Widih... (Tertawa)

I : Iya... Hehehe...

P : Terus tadi kan lu bilang lu beli pernik-pernik yang dipakai bias lu... selain itu, lu koleksi apa yang berhubungan sama bias?

I : Apa yah... Palingan kayak album-album mereka atau clear folder mukanya bias gitu...

P : Itu lengkap koleksi album bias lu?

I : Buat album-album Suju sama Infinite sejauh ini sih udah lengkap tinggal yang Japan version aja paling yang belum beli.

P : Kenapa memang yang Japan version belum terbeli?

I : Mahal... hehehe...

- P : Kalau yang Korean version itu lebih murah ya?**
I : Iya, Jepang version harganya bisa lebih dari 280 ribuan, malah sampai 400an juga ada.
- P : Di antara koleksian lu semua, paling mahal harga berapa tuh?**
I : Hm... berapa yah? Sekitar 400ribu an apa aku pernah beli yang 700 ribu ya... aku lupa. Hehehe...
- P : Mahal juga yah...**
I : Iya lumayanlah...
- P : Itu ngumpulin uang jajan atau minta langsung dari ortu?**
I : Aku sejauh ini ngumpulin uang jajan atau pas ortu ngasih uang buat jajan aku pakai buat beli album, sama aja sih yah... (pasang muka sedih)
- P : Selain ngoleksi album-album gitu, tentang konser-konser K-pop, yang uda lu tonton apa aja?**
I : Suju, Beast, 2PM, Jay Park, The Boss, Park Jung Min, Girls' Day.
- P : Itu semua di Indonesia? Ato lu nonton konser mereka di luar Indonesia juga?**
I : Yang pernah di luar Indonesia cuma Suju sejauh ini...
- P : Yang SuJu nonton dimana?**
I : Di Singapore sama Malaysia.
- P : Hooo... itu nonton Sushow berapa?**
I : Sushow 3 di Malay-Spore, Sushow 4 di Spore.
- P : Itu ngumpuling uang jajankah? Atau semua orangtua kasih?**
I : Kalau pas keluar negeri yang aku, ada yang make uang sendiri, ada yang minta ortu, patungan deh bagi dua gitu.
- P : Kira-kira nonton di satu negara gitu bisa abis berapa juta?**
I : Kalau tiket nontonnya sekitar 1,8-2juta, tapi kalau plus hotel n pesawat jadi sekitar 5 jutaan.
- P : Itu tiket harga segitu nonton di kelas apa?**
I : Di Terrace sama festival...
- P : Mahal gitu bukannya VIP?**
I : Kalau VIP di luar negeri, ga tau gimana cara belinya. Dan harganya memang 11:12 sama terrace atau festival.
- P : Dengan lu ngoleksi barang-barang dan CD/DVD mahal gitu, plus nonton konser-konser di Indo maupun di luar, yang lu rasakan tuh apa sih?**

I : Seneng aja gitu kalau udah nonton atau udah punya album-albumnya ngerasa lega enggak ada utang.

P : Kenapa mesti ada rasa utang gitu kalau ga punya albumnya?

I : Ga tau yah... kayak ada yang kurang aja gitu kalau belum lengkap.

P : Nilai-nilai (value) kayak apa sih yang lu dapet dengan ngefans sampai ngeluarin duit banyak kayak gitu?

I : Kesenangan pribadi... Lebih berwarna aja hidupnya... Hahaha... Bahasa gue...

P : Kenapa kayak CD lagu gitu, enggak download aja? Kan gratis...

I : Kalau Cuma download, ga ada kenangannya. Lagian kan kalau beli album bisa buat mereka menang award-award gitu kan...

P : Terus yang lu harapkan tentang K-pop ini apa?

I : Ya... Semoga bisa tambah maju lah yah... tambah keren... pokoknya yang positif-positif deh...

P : Keinginan ke Korea gitu khususnya? Kan banyak yang ngefans-engefans gitu sampai niat banget mau kesana.

I : Ooh... Aku juga pengen banget kesana... Tapi belum ada waktu yang tepat aja buat kesana...

KETERANGAN:

Wawancara dilakukan melalui BBM (Blackberry Mesenger). Informan sedang berada di rumah untuk persiapan Ujian Akhir Sekolah. Peneliti menggunakan bahasa informal agar informan tidak canggung dan bisa menjadi lebih akrab.

CATATAN TAMBAHAN:

- ➔ Peneliti mendapatkan akun *Twitter* informan melalui seorang teman yang juga admin di fanbase Shawolindo. Kemudian menghubungi akun *Twitter* informan dan mendapatkan pin BBM-nya.
- ➔ Ketika wawancara berlangsung diketahui informan berada di rumah dan sedang santai.
- ➔ Saat peneliti menanyakan pertanyaan, informan dengan cepat membalasnya.
- ➔ Peneliti beranggapan bahwa informan bersifat supel dan ceria karena informan tidak kaku ketika menjawab setiap pertanyaan. Dan informan sering menggunakan kata-kata yang mengekspresikan bahwa informan sedang tertawa.

Hari/Tanggal : Sabtu, 9 Juni 2012
Pukul : 21.30
Lokasi : Informan berada di rumah.

P : Tambah beberapa pertanyaan yah... Ada yang gw penasaran soalnya. Kata Dysha, u sering klo ada konser, u buka kamar hotel yang sama ama itu artis, bener ga?

I : Hahaha... iya bener kok...

P : Kenapa tuh?

I : Siapa tau hoki gitu ketemu papasan pas ke kamar atau breakfast atau pas di lift, heheheh...

P : Nah... itu duit nabung? Ato ortu bayarin?

I : Klo waktu SuJu kesini itu minta ortu tapi waktu 2PM sama Beast uang sendiri atau patungan biasanya.

P : Itu biasa yang 1 lantai?

I : Enggak juga, paling biasanya dapat di bawah / di atas kamar mereka, jarang sih klo ga 1 lantai nya sama crew nya.

P : Hoo... da berapa kali kira-kira buka kamarnya?

I : 4 kalian lah klo ga salah. Sebenarnya sih bukan buat ngejar artis, kan capek abis nonton konser biar bisa langsung tidur gitu.

P : Hoo... Klo artisnya dateng sampai chasing gt ga? Jemput di bandara gitu...

I : Maksudnya chasing apa? Di bandara pernah 1 kali doang abisan suka rame males.

P : Chasing = ngejar... Kayak jemput di bandara gitu.

I : Enggak kok sedapetnya aja...

P : Pas nginep di hotel itu, ada pengalaman berpapasan enggak?

I : Pernah sama Teukie waktu itu abis KIMCHI ketemu di lift.

P : Reaksi u pas ketemu gitu gmn?

I : Nge freeze -_-“ hahahahaha

P : Wkwkwkw... langsung 1lift gt?

I : Enggak... jadi kan kamar aku di lantai 8, terus mau turun kan naik liftnya stop di lantai 5, terus tiba2 liftnya kebuka terus ada Teuki, tp lift depan aku juga kebuka nah itu isinya kayak staff + manajernya SuJu jadi Teukie naik lift yang itu gara-gara uda dipanggil ama manajernya.

P : Hoo... Ga sempet signing ato say ‘hi’...

I : IYA!!! Hahahaha... pas akhir2 senyum gt.

P : Jadi ga terlupakan dong yah pengalaman itu...

I : Iya... hehehehe... aku langsung heboh gitu.

P : Wkwkwkwk... Hoki banget. Yang Big Bang ini u nonton ga?

I : Gatau nih... Big Bang aku biasa aja soalnya. Liat ntar aja gitu klo mendadak pengen dan ada uang ya nonton.

P : Ho... WKWkwkwk... soalnya hari ini lagi rame gt yang omongin.

I : Iya... emang temen2 aku juga nanyain aku nonton bigbang atau enggak hahaha

P : Menurut u hal2 yang berhub ama korea yang uda ada di indo apa aja c?

I : Oooh...iya kan resto terus tempat les sama bank sekarang ada banyak disini.

P : Yang u tw resto apa aja tuh?

I : Ada Tobak, Tohdam, Oh Jang Dong, Han Gang... Banyak tuh di daerah Senopati tapi ga tw namanya susah...

P : Wkwkwk... Klo tpt les?

I : Tempat les ga tau dimana ajanya -_- , tapi di sekolah aku ada...

P : Wiw... ampe di sekolahnya ada? Cool... Dengan u nonton gt, ortu pernah komplain dengan cara ngefans u?

I : Katanya aku lebay -_-“

P : Hoo... kayaknya semua yang abisin duit wat kpop pasti pernah dibilang gt. Terus u overcome nya gmn?

I : Aku diem aja klo dibilang gt.

P : Kan masi sekolah yah... ada keinginan ampe lanjut sekolah di korea gt?

I : Klo buat sekolah di Korea kayaknya enggak deh aku. Hheeeeh

P : Hooo... syiplah.. thx yah...

I : Ok...

CATATAN TAMBAHAN:

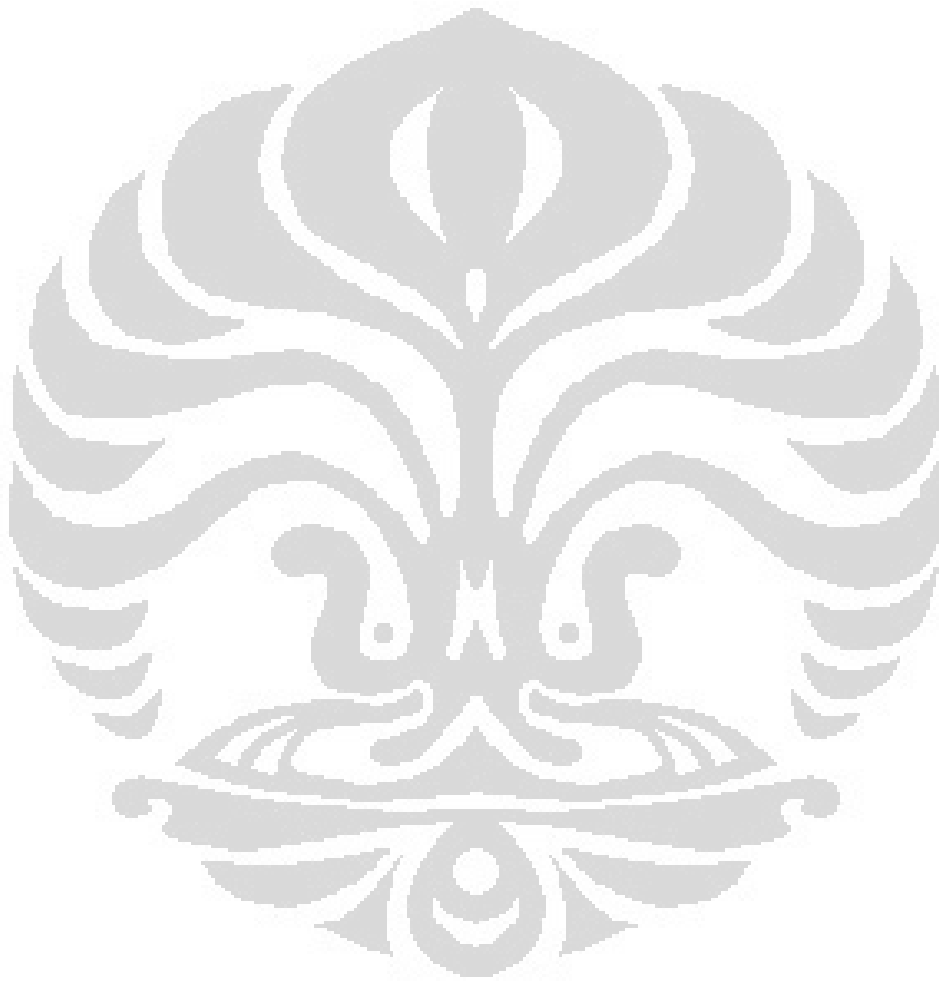
- ➔ Informan memberitahukan peneliti sedang berada di rumah ketika dihubungi untuk wawancara tambahan.
- ➔ Informan nampaknya senang ditanya-tanyai mengenai pengalamannya ketika berpapasan dengan salah satu personel Super Junior.
- ➔ Terdapat sedikit gangguan sinyal telepon selular yang menyebabkan pertanyaan peneliti terkadang *pending*.

DATA PERSONAL INFORMAN:

Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 26 Mei 1995

Pekerjaan : Pelajar

Kelas, Sekolah : SMA Islam Al-Azar 3, naik kelas 3



Informan : Windyannisa Cindrati (3)
Profil : Pelajar dan admin di fanbase Shawolindo
Hari/Tanggal : Minggu, 27 Mei 2012
Pukul : 19.00
Lokasi : 7-Eleven Pertigaan BiNus.

P : **Hey, Dys...**

I : Hallo...

P : **Jadi gue ajak lu ketemuan ini, gue mo jadiin lu narasumber gue. Thesis gue judulnya Imperialisme Industri Dunia Hiburan Korea di Jakarta, jadi studi terhadap remaja-remaja Jakarta yang suka musik Korea. Jadi intinya kenapa sih lu suka banget ama K-pop. Ampe nonton konser mereka, ngoleksi semua albumnya, pernik-perniknya. Langsung tanya aja yah...**

I : Ya...

P : **Lu suka K-pop sejak kapan sih?**

I : Sejak 2008.

P : **Awalnya gimana tuh?**

I : Awalnya... sama sekali enggak punya ide tentang K-pop, sama sekali. Terus, aku punya temen dan dia juga baru suka. Terus abis itu, dia sukanya gara-gara nonton Super Junior Full-House. Tiba-tiba aku ditarik ke rumahnya disuru nonton. Terus jadi peasaran, ini apa? Terus langsung nyari video klipnya apa segala macam, autobiografi-nya gitu-gitu. Terus tiba-tiba eventually langsung suka.

P : **Daya tariknya Full-House emang sejenis drama, film, ato kayak gimana?**

I : Full-House yang aku tonton bukan yang dramanya, tapi Full-House variety shownya SuJu, terus ini apa... kok cowok-cowok konyol banget. Ini maksudnya apa gitu-gitu terus cari tau sendiri, terus ya suka gitu.

P : **Terus saat suka K-pop sendiri itu dari mana? Dari situ juga?**

I : Dari situ kayaknya.

P : **Kenapa tuh?**

I : Penasaran soalnya. Napa kok rame banget. Penasaran-penasaran terus caari, cari, cari... Terus yah jadi suka gitu.

P : **Terus sebelum lu suka sama K-pop ini, suka musik kayak Barat, Mandarin, Jepang gitu ga sih?**

I : Lebih ke Barat.

P : **Kenapa tuh?**

I : Ga tau... ga... dari kecil dicekokinnya tuh macem westlife, N'sync... terus jadinya tuh dari kecil juga nyanyi teriak-teriak tuh hobinya kayak Westlife

yang gitu-gitu... Jadi dibawa ampe gede.

P : Klo Indo ga?

I : Enggak.

P : Jadi sekarang lu suka western and Kpop. Lebih suka mana kpop ato western?

I : Sekarang lebih ke kpop.

P : Jadi kelebihan K-pop dibandingkan Western apa?

I : Apa yah... mereka kayak yang lebih attractive gitu. Klo misalnya western di perform mereka ya uda mereka cuma nyanyi, teriak-teriak ajak fans. Kalau K-pop tuh punya yang namanya Fans Service. Dan itu bener-bener kayak 3D gitu loh...

P : Bentuk fans service-nya kayak apa?

I : Kayak misalnya making eye-contact, terus bener-bener kayak... gitu... yang ngajak foto bareng, friendly banget gitu ke fans nya.

P : Menurut lu, K-pop sendiri di Indonesia uda kayak apaan sih?

I : Meledak banget... Bener-bener booming banget. Dulu waktu suka K-pop tuh enggak ada yang tau. Dulu tuh kalau suka K-pop, kalau ketemu orang yang suka K-pop kayak "Lu suka K-pop juga? Suka siapa?" kayak gitu. Sekarang, "Lu suka K-pop?" "Oh"...

P : Lu nunjukinnya kalo lu tuh fans K-pop tuh kayak gimana? Misal kayak bahasa, gaya hidup ato pernah-pernik gitu...

I : Enggak... aku enggak tipe yang kayak beli kaosnya, kaos SuJu, gelang... enggak... Aku lebih yang behind the scene gitu. Orang kalau liat aku dari depan tuh enggak tau kalau aku suka K-pop.

P : Kok gitu? Biasa kan orang-orang pada suka nunjukin loh...

I : Enggak... enggak ngerti... soalnya aku di sekolahan juga bergaulnya sama orang yang sukanya barat. Jadi yah kalau di sekolah ngomonginnya barat. Gitu-gitu... terus kalau di Twitter baru...

P : Temen-temen sekolah lu enggak ada yang suka K-pop juga?

I : Ada yang ketularan sih tapi enggak sebanyak itu. Paling Cuma beberapa doang.

P : Terus lu bergaul sama semuanya ato gimana?

I : Sama semuanya?

P : Terus lu ikut kayak K-pop komunitas gitu ga sih lu?

I : Oh.. ikutan. Aku ikutan shawol indo, sama fans indo Henry.

P : Kenapa tuh ikut komunitas kayak gitu?

I : Iseng sebenarnya. Jadi kayak dulu tuh Shawol-Indo tuh adminnya cuma 1

ato 2 founder sama admin. Foundernya uda kuliah kan, jadi sibuk banget. Yang adminnya uda mo UAN. Terus, agak kesulitan gitu atur waktunya. Terus dibuka gitu, kayak nyari siapa yang mo jadi admin gitu. Sebenarnya Shawol-Indo fanbase gede. Uda 35ribuan lebih followernya dari awal Shinee. Pokoknya uda fanbasenya gede banget, waktu aku masuk juga deg-degan soalnya mereka bener-bener nyari admin gitu yang bisa ke fanbase Korea.

P : Dapat info yang update?

I : Iya... (ketawa)

P : Terus lu jadi adminnya?

I : Iya... (ketawa)

P : Ampe jadi admin berarti emang ngefans banget ya?

I : Iya... (ketawa)

P : Terus selain itu, komunitas internasionalnya juga ikut?

I : Cuma sekedar follow-follow aja sih. Enggak sampai yang terlibat langsung.

P : Biasa lu berhubungan ama member lain di komunitas itu gmn?

I : Biasa sih yahoo messenger. Ato ga sekedar twitter, BBM. Belum pernah officially meet sih.

P : Kalo gue denger kan banyak forum-forum gt enggak terlalu banyak yang masuk lagi. Soalnya kan pada make Tumblr, apalagi kan Twitter juga update banget. Itu lu juga ikut-ikutan gitu?

I : Kita emang dari pertama kali buat pake Tumblr. Terus sekarang kita yang baru pindah ke wordpress.

P : Ga pake www.blablaba.com gitu?

I : Enggak... (nyengir)

P : Itu Shawol-Indo tadinya Tumblr?

I : Iya...

P : Terus lu dengan ngefans kayak gitu, kendala bahasanya gimana?

I : Awalnya sih cuma tau kata-kata singkat kayak anyong, anyonghaseyo, onni,oppa... yang kayak gitu-gitu doang, terus lama-lama ngerti lah dikit-dikit.

P : Terus belajarnya kayak gimana?

I : Ikut les Korea di BLC...

P : Kemarin ada wawancara Ivena juga berartikenal dong?

I : Iya... satu angkatan sama Ivena...

- P : Terus biasa lu make bahasa Koreanya dimana aja?**
I : Aku lebih kalo misalnya... hm... aku punya grup chat gitu di Skype, itu sama orang-orang Korea gitu... aku belajar bahasa Korea itu, speaking nya lewat mereka. terus ato enggak, sama orang-orang Korea di Twitter aku juga ngomongnya... biasa klo ngomong Korea ya sama orang Koreanya.
- P : Itu lu ngomongin orang-orang Korea, grup chat di Skype, Twitter, itu lu dapet kenalan gitunya gimana?**
I : Kalo grup chat itu aku di-invite sama orang. Kalo yang di Twitter itu aku nyari noona-noona nya Taemin, jadi stalker-stalkernya Taemin aku follow-followin. Aku Cuma sekedar sama terus lama-lama jadi ngobrol gitu. Jadi dari Shawol-Indo juga. Shawol-Indo tuh dah lumayan ngeTOP gitu loh di Korea. Soalnya kita tuh sering banget bikin kayak project gitu sama mereka, jadi kayak uda mulai di-recognize gitu. Kalo aku bilang Shawol-Indo, mereka kayak “Oh, Shawol-Indo”
- P : Lu dari tadi ngomongin noonanya TaeMin, berarti lu bias lu Taemin?**
I : Iya... (ketawa)
- P : Lu kan jadi admin, berarti kan harus update-update gosip-gosipnya mereka, lu dapet infonya gitu dari mana?**
I : Dari websitenya Taemin-taemin gitu. Dari stalker-stalkernya gitu.
- P : Terus semuanya gitu lu bookmark-bookmarkin?**
I : Iya...
- P : Seberapa sering tuh lu update kayak gitu?**
I : Kalo aku buka internet, buka beberapa window. Ini buat ininya Taemin, ini buat Twitter, youtube...
- P : Itu tiap hari?**
I : Enggak... kalo online aja... kadang-kadang suka males juga buka internet gitu... soalnya terlalu banyak yang harus di catch-up, terus jadi males, mending enggak tau.
- P : Kira-kira frekuensinya buat buka internet itu berapa lama?**
I : Biasanya itu kalo uda mule deket weekend, Kamis, Jumat...
- P : Kalo weekdays ga? Kenapa tuh?**
I : Soalnya kalo uda buka, enggak bisa berenti. Jadi mending enggak buka sama sekali.
- P : Ngoleksi barang-barang kpop gitu juga ga?**
I : Albumnya...
- P : Pernak-pernik lainnya...**
I : Paling light-stick. Itu paling klo nonton konser klo enggak enggak beli.

P : Album-album gitu, bias lu doang, ato tergoda untuk beli grupband laen?

I : Biasanya yang aku suka doang... tapi pernah tergoda sama F(X). Abis kemarin comeback nya dia bagus banget. Suka lagunya yang Hot Summer. Boyfriend juga tuh tergoda. Sekarang bosan.

P : Sejak kapan tuh mulai koleksi-koleksi?

I : Dari album pertama tuh Sorry Sorry C... sekitar tahun 2009.

P : Dapetinnnya gimana?

I : Waktu itu mulai masuk itu apa namanya... tempat CD... Sangaji... terus temenku pada pamer, "gw dapet Sorry Sorry" terus aku cari di Sangaji abis, terus temen aku papanya ada yang ke Korea. Terus nitip.

P : Terus liat harga-harganya beda banget kan tuh sama album barat gitu. Asia biasanya kalo dijual di Indo lebih mahal. Kendala kayak gitu gimana?

I : Ya nasib (ketawa) jadi kalo misal mau beli, nabung dulu.

P : Itu korean version aja ato Japan version? Kan Japan version lebih mahal kan?

I : Aku belum pernah beli yang Jepang. Tapi aku soal album juga jualan online sekarang.

P : Kenapa tuh tiba-tiba bisa buka toko online?

I : Habis waktu itu tanteku ada yang buka toko online. Mamaku kayak nyuru aku coba juga. Nanti mamaku yang modalin. Jadi yang aku suka aja... ya Korea.

P : Belanja-belanjanya dari apa?

I : Dari online, distributornya orang Korea. Kalo aku sistemnya lebih ke Pre-Order, tapi kalo misalnya untuk album-album yang uda pasti laku berat, aku pasti beli banyak, nanti langsung aku jualan.

P : Ngitung wat ongkirnya gitu gimana?

I : Kebetulan distributor kita kalo aku beli banyak, free ongkir.

P : Uda ngoleksi, ampe buka toko online segala, itu nilai yang lu dapet tuh apa sih kayak dari hal-hal kayak gitu? Kayak moral value yang positif yang bikin diri lu lebih baik ngefans-ngefans gitu...

I : Menurutku... itu dari hobi, kita bisa ngalihin ke usaha...

P : Sekarang kan juga banyak artis korea ke Indo kan? Lu sendiri nonton-nonton konser kayak gitu ga?

I : Aku kalo yang aku suka aku usahain nonton. Pertama kali Wonder Girls. Terus 2PM, KimChi... Terus kemarin Super Show. Super Show aku uda nonton 2 kali. Pertama kali nonton Super Show 3 itu di Singapore.

- P : Itu nonton di luar negeri kan mesti sedia budget... itu gimana?**
I : Orang tua bantuannya tiket pesawat sama hidup disana. Kalo tiket konser, aku ful yang bayar.
- P : Orang tua suka ngomel-ngomel ga sih karena mahal nya tiket konser?**
I : Biasanya ngomel. Tapi untuk Super Show ini, aku nabung uda lama banget. Terus dari awalaku nabung aku uda bilang ini untuk nonton konser. Ibuku masih mikir ga mungkin. Jadi itu juga ga tau konsernya dimana. Aku nabung, nabung, nabung...jadi pas diumumkan, aku uda uangnya.
- P : Nonton di Singapore gitu, dapetin tiketnya kayak gimana? Susah ga?**
I : Aslinya klo belinya lewat sistick, itu kayak myticket nya kita. Jadi aku beli lewat orang indo. Jadi om nya kerja di dalam Sistick. Jadi dia beli nya 100 dollar, dijual ke orang Indo tapi dinaikin harganya.
- P : Awal-awalnya enggak takut ketipu?**
I : Awalnya 50-50 gitu takut banget. Takut salah... terus aku punya temen yang suka banget ama Suju, n konser Suju di tiap negara, dia nonton. Dia ke Filipin, ke Korea, Singapore, dia ikuta Super Show satu-satu. Dia belinya lewat ini juga.
- P : Keinginan lebih jauh mengenai Kpop ini apa sih?**
I : Aku uda nonton konser... yang pengen banget tuh nonton fan-meeting. Fan meeting itu lebih intimate gitu. Lebih pengennya ini di luar. Soalnya kalo di Indo tuh kayak lebih kerasa kayak ada kompetisyennya gitu antar fans. Kalo di luar tuh kayak lu suka, gue suka, ya udah... klo di Indo kayak yang "itu kan punya gue... kok lu suka"
- P : Keinginan ke korea sendiri gimana?**
I : Oh, pengen banget. Aku uda pernah sekali. Tapi kemarin ke Korea tuh bukan ngejar Kpopnya. Emang aku ikut dari les bahasa Korea aku itu. Dia ada kayak study tour kesana. Terus aku ikut. Aku 2 minggu disana abis 1500 dollar. Makan, hidup, tinggal uda itu. Tapi belum termasuk uang jajan.
- P : Uda kemana aja waktu itu?**
I : Aku nyampe di Incheon, terus ke Busan. Abis itu ke Gyeong Ju. Abis itu ke Seoul. Abis itu pulang.
- P : Jalan-jalan semua itu?**
I : Kita di Daegu seminggu itu buat belajar, empat hari. Kita belajar bahasa Korea di KeimMyung University.
- P : Perasaannya lu bisa kesana... datengin negara bias lu gimana?**
I : Seneng banget. Soalnya aku kesana pas orang-orang belum pada punya keinginan... mereka belum dare ke Korea. Yang Cuma pengen deh doang.

Sekarang giliran aku udah, orang-orang yang baru ke Korea. Jadi ngiri lagi. Ketagihan.

P : Nice, dysh... kayaknya cukup dolo... ntar klo ada apa2 lagi gw bbm u yah...

I : Iya kak... heheh...

KETERANGAN:

Wawancara dilakukan di ruang terbuka 7-Eleven BiNus dan suasana cukup ramai dengan gelak tawa remaja-remaja yang sedang nongkrong disana. Wawancara dilakukan dengan bahasa kasual karena informan dan peneliti sudah kenal cukup lama.

CATATAN TAMBAHAN:

- ➔ Peneliti mengenal informan karena pernah les bahasa Korea bersama, dan peneliti menjadikannya informan karena pengalamannya dalam hal-hal K-pop yang cukup mendalam.
- ➔ Informan baru tiba di Jakarta dari liburan ke Puncak dan langsung menuju 7-Eleven BiNus karena letaknya dekat dengan rumah informan.
- ➔ Informan diantar oleh pembantu rumah tangganya dan masih tampak lelah.
- ➔ Informan mengenakan pakaian kasual dan jeans panjang.
- ➔ Dalam menjawab pertanyaan wawancara, informan menatap langsung mata peneliti dan banyak tertawa.
- ➔ Peneliti berpendapat informan bersifat ramah dan ceria karena dari pertama kenal di tepat kursus bahasa Korea, ia selalu terlihat banyak tertawa.

Hari/Tanggal : Sabtu, 9 Juni 2012

Pukul : 21.00

Lokasi : Via BBM, informan berada di rumah

P : Btw, hal2 yang berhub ama Korea yang sekarang ada di Indo apa aja sih yang u temuin?

I : Resto, bank, tempat les... Resto kayak Han Gang, Pyong Yang, Cozzi... Bank tuh ada Uri Eunhaeng, Hana Bank... Tempat les tuh tpt les korea kita tuh... daerah senopati tuh kentel ama suasana Korea banget.

P : Ada keinginan lanjut sekolah ampe kesana ga c?

I : Enggak, kak... aku malah pengen ambil Hukum di UI aja... hehehe...

P : Kayaknya cukup dulu yah... nanti kalo ada kurang apa gue info lu lagi. Thank you.

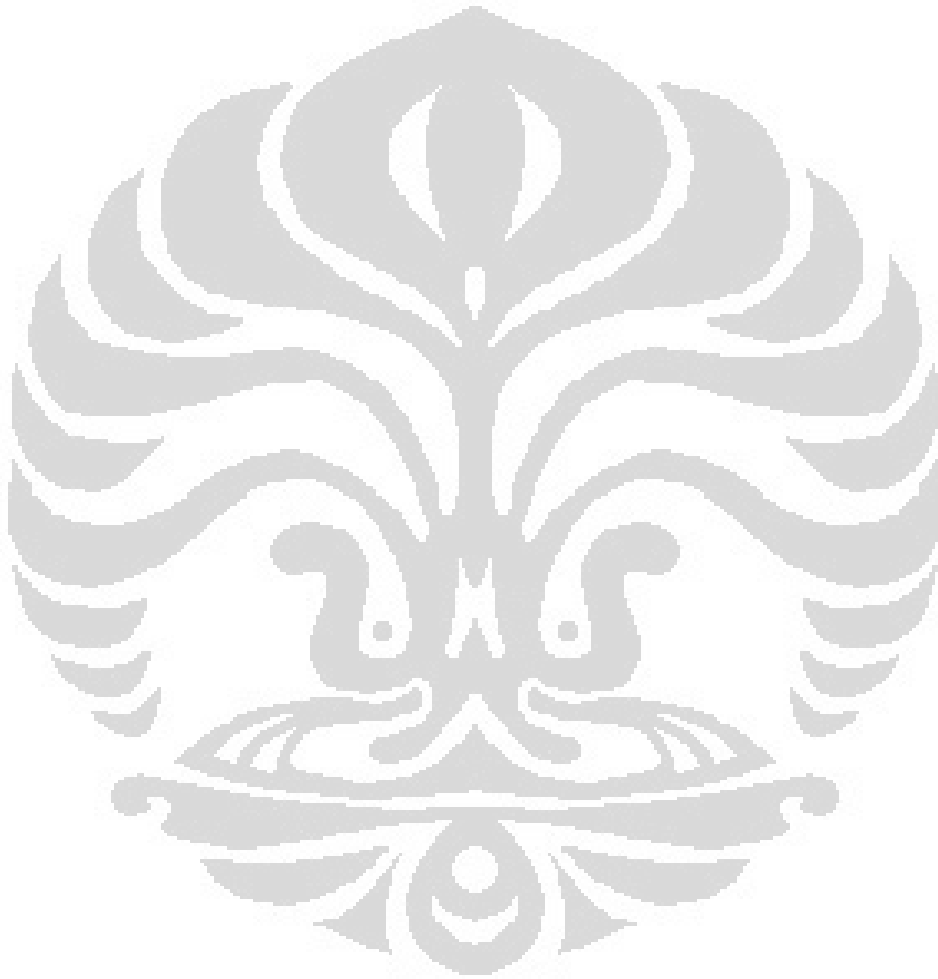
I : Okay...

CATATAN TAMBAHAN:

- ➔ Peneliti menanyakan keberadaan informan, dan ia memberitahukan sedang berada di rumah.
- ➔ Informan telah membaca pertanyaan yang diajukan, namun sempat harus menunggu lama untuk mendapatkan jawabannya. Tidak diketahui apa yang sedang dilakukan informan.

DATA PERSONAL INFORMAN:

Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 26 januari 1995
Pekerjaan : Pelajar & Admin @Shawolindo
Kelas, Sekolah : Kelas 11, SMA 78 Jakarta



Informan : Alika Lausanne Irawan (4)
Profil : Pelajar SMA Bina Nusantara Serpong kelas 11 dan admin fanbase Shawolindo.
Hari/Tanggal : Senin, 28 Mei 2012
Pukul : 20.00
Lokasi : Informan berada di rumah.

P : Hey Alika... Lagi sibuk sekarang?

I : Halooo...

P : Lagi senggang?

I : Iya... gapapa kok.

P : Syiip... Jadi kan gue mau buat tesis nih yang topiknya imperialisme budaya Korea gitu, terutama K-popnya, jadi gue langsung tanya-tanya aja yah...

I : Okay...

P : Lu suka K-pop sejak kapan sih?

I : Sejak tahun 2009.

P : Awalnya gimana tuh?

I : Dulu kan di sekolah sempet uda banyak yang suka, tapi rata-rata pada suka SNSD. Aku sih waktu itu enggak ngejek atau apa... biasa aja... nah abis itu temenku satu les, ada yang suka Shinee, akujuga biasa-biasa aja. Nah waktu kapan bosan, iseng nonton videosnya di Youtube eh ketagihan deh...

P : Kenapa itu bisa bikin lu suka n ketagihan?

I : IDK. Probably their performance, terus the whole packaging of the artists, how they dance, their appearance, how they seem to entertain in variety and reality shows. I dont think that what you can get from stanning bands dari Amerika gitu-gitu, hehehe... terus mungkin karena jarak umurnya deket kan, jadinya lucu aja kayak gitu...

P : Sebelumlu suka K-pop gini, lu gandrung ama musik-musik negara lain ga? Kayak Jepang, Mandarin and Jepang gitu...

I : Iya... hahaha... dulu waktu 2 SD, mandarin, jamannya F4 gitu-gitu kan yah... terus berlanjut ke arah rock sama screamo, hahaha... dulu suka banget Linkin Park gitu-gitu sampai sekarang sih. Tapi eh nyambungnya ke K-pop.

P : Di antara itu semua, K-pop bisa unggul gitu kenapa sih?

I : Maksudnya diantara semua musik yang aku suka?

P : Yup...

I : Ohhh itu kali ya ttp menurutku dgn adanya total exposure ke artis2 koreanya (kyk fancams, reality shows, fansites gt2) jd bikin adiktif, gak bosenin, dan fans kyk aku jd pgn lebih, kalo artis bule kan rata2 muncul sekali2 gt2, gk ada namanya teaser dan lain2, gk ada perasaan "anjir bnr lg teaser keluar ganteng bgt balala" hahaha

P : Kan k-pop fenomenal bgt yah skrg ini... Ga cm di indo aj, even mancanegara... U menanggapinya gmn?

I : Seneng2 aja sih gapapa, tp sbnrnya semi kangen kpop dulu pas blm kyk gini, haha contohnya big bang, skrg lagunya menurutku udh americanized bgt, ~touch~ kpopnya udh semi gk ada?? trs apalagi kalo menurutku (sotoy sih tapi total wkakaka) SM is too hasty, kyk agresif bgt aku liatnya, jdnya sns debut di amrik make steve aoki gt2 lol tapi suka seneng sih kl misalnya shinee atau other kpop groups lainnya di recognized sama mancanegara

P : U pas 2009 itu pertama ngefans nya sama siapa?

I : Langsung shinee ...

P : Klo skrg?

I : Masih shinee...hahaha

P : Kirain berubah... Soalnya kan byk keluar grup2 br tuh...

I : Iyaaaa haha banyak jg yg tdnya shinee juga tp skrg udh beda2 pd ke exo infinite gt2~~

P : Biasa u nunjukin klo u tuh fans k-pop tuh gmn c?

I : Dulu wkt awal2 sih masih suka heboh kyk "woiii gue suka shinee woi" skrg diem aja...nnti jg plg pd tau...haha suka pd gk sengaja liat wallpaper hp ...

P : Suka pake pernik2 yg bias u pke gt ga

I : Ohh kdg2 suka beliii haha tp gk selalu beli gara2 shinee pk sih, gara2 aku suka jggg

P : Itu dpt in aksesoris ato pernik2 ny gmn?

I : Onlineee~ atau gk beli sendiri pas nemu tokonyaaa

P : Nemu tokonya gmn tuh?

I : Suka gk sengaja nemu gt kalo misalnya lg pergi, atau gk biasanya aku suka jam yg mrk pake, rata2 kan merk swatch trs ke toko swatch deh ehehe

P : Nah... Itu u bs tw mereka pke merk2 apa gmn? Misal kyk jam swatch gt... Kadang kan jarak di foto contohnya yah kan jauh gt

I : Aku suka buka fashion blog jepang sama buka fashion blog yg isinya barang2 artis kpop pake gtttt trs sering bgt nemu dr situuu

- P : U masi skola ato uda kul c?**
I : Sekolah
- P : Nah... Di sekolah gt, temenan biasa sama penggemar kpop jg ato gmn?**
I : Ada yg iya ada yg enggaaak banyakan yg enggak tapinyaa
- P : Klo lg gaul sama yg ga gemar k-pop gt, u biasanya bersikap gmn?**
I : Hahaha kayaknya suka heboh deh kalo udh ngmgin kpop... ._.
- P : Ga bareng sama yg ga gemar gmn? Ehhh... Maksudnya 'klo bareng sama yg ga gemar gmn?'**
I : Biasa aja aku sih, aku kan dasarnya udh heboh orgnya jd ya... Heboh2 aja wkakaa kl udh ada korea2 jg untungnya tmn2ku yg gk suka ngertiin kok, udh biasa ._.
- P : Trus u ikut komunitas korea2 gt ga c? Kyk fanbase gt...**
I : Kalo jd admin sih iya hahah tp lately kurang begitu aktif gara2 sekolah baru sls exam gt2, @shawolindo hehe
- P : hooo... Da jd admin toh...**
I : Tapi baru bgt kok jd adminnyaaa
- P : Terus cara behub dg member lain ny dg media apa?**
I : twitter sama occasionally ada conference di ym!
- P : Biasanya ngapain aja tuh di komunitas tsb?**
I : Aku gk pernah ketemu mrk in real life semuanya cuma pernah ketemu 3 orang, salah satunya emg udh tmnku dr dulu hehe wkt itu ktm cuma mau buat urusan project untuk salah satu member shinee, kalo di shawolindo sendiri aku cuma post data gt2 hehe
- P : Dg gemar k-pop kyk gini, kendala bahasa ny gmn?**
I : Aku smpt les tp gara2 makan wkt aku jd keluar hahaha kalo sekedar baca hangul bisa hehe tp artinya gk ngertiii
- P : Itu les ny dmn?**
I : Di radio dalam, Language corner namanyaa
- P : Brp lama ngeles ny?**
I : 6 bulan deh kyknyaaa
- P : Itu kapan tepatnya?**
I : Dr juni 2011 sampe around dec 2011 atau jan 2012 gt kyknyaa
- P : Tp suka pakai kata2 sederhana korea gt dong?**
I : Gak pernah pakeee haha tau ajaa

- P : Terus u biasa dpt inpo2 seputar bias u dr mana aj?**
I : twitter biasanyaa
- P : Klo forum2 internasional gt gmn? Kyk allkpop ato soompi gt suka brosing ga?**
I : Dulu msh suka rajin main di forum2 sfi gt2, allkpop udh gk terlalu, soompi kalo terpaksa bgt hahaha suka lebih suka backtrack dr weibo & baiduuu
- P : Weibo n baidu bkn ny bhs chinese yah? Kendala msk d 2 web itu ada?**
I : Iyaa chinese, gk begitu ribet kok hehee kadang2 aku justru suka lebih gk ngerti website koreaa
- P : Btw, u koleksi album-album gt ga?**
I : Iya... tapi kebanyakan Shinee...
- P : Album Shinee lengkap dari awal mereka debut?**
I : Iyaaa... Cuma Sherlock yang versi Jepang belum beli.
- P : Kira-kira kisaran harganya berapaan tuh?**
I : 100an keatas tergantung kalo album edisi Jepang 200an keatas sampe 600k
- P : Yang paling mahal yang u punya yang apa n brp harganya?**
I : Kayaknya yang edisi Jepang klo ga salah 600an, heheheh...
- P : (ketawa) Versi Jepang mang mahal yah klo di rate ke indo... Terus ada niat buat buka toko onlen gt ga sih?**
I : Iyaaa... Hahaha... sempet... tapi ga sempet kayaknya jadi gak... hahaha...
- P : Klo konser-konser gimana? Nonton terus klo ada artis kpop dateng?**
I : Ga selalu... hahahah... Shinee yang diprioritaskan... hahaha...
- P : Da nonton apa aja mang?**
I : Aku list down?
- P : Yup... sebut2in aja... wkwkwkwk...**
I : Um... Shinee 4x, terus Big Bang, SNSD 2x, f(x), 4 Minute, T-Ara, SuJu, DGNA 2x, Infinite, Z:EA, FT Island, Beast.
- P : DGNA apa tuh?**
I : Dae Guk Nam Ah...
- P : Itu di Indo semua?**
I : Eh, iya... sama X-5 & Girls' Day... Terus Kim Min Jung eh siapa namanya lupa T_T hahaha...

P : Kim Hyung Joon

I : Pokoknya yang dulunya SS501 hahaha...

P : Konser yang di luar negeri yang u tonton apa aja?

I : Shinee yang pertama kali di Korea itu bareng SNSD, T-Ara, 4 Minute, f(x) di Korea (itu di luar rencana 2-2nya hahaha), Shinee ke 2 di Jakarta, ke 3 & ke 4 di Spore, SNSD ke 2 di Spore barengan Big Bang, DGNA, FT Island, Infinite, Z:EA, Beast & Kimchi Jakarta.

P : Itu konser2 di luar, ampe ke Korea segala, emang rencana liburan ato mang diniatin wat konser Shinee?

I : Waktu itu ke Korea emang buat liburan, tapi emang berharap at least nonton Shinee, eh taunya beneran... hahaha...

P : Sering nonton konser Korea gitu, n beli album-albumnya, ortu pernah komplain ga sih mengenai duit yang dipake?

I : Pernah... ahahahah... tapi so far aku beli-beli Korea seringnya pake uang sendiri, suka nabung. Hahaha... paling diingetin batesin diri gitu2, pernah sekali dimarahin papa tapi bukan yang parah gitu.

P : Terus klo ada konser di jakarta ampe buka kamar hotel yang sama ga c?

I : Gaaaak... hahahaha... nyante...

P : Klo jemput di airport gt?

I : Pernah... tapi gagal terus males jadinya...

P : Klo nonton konser diluar gt beli tix nya gmn?

I : Onlen ato nitip temen gt.

P : Keinginan u lebih jauh tentang kpop ini apa c?

I : Pengen nonton Arena Tour-nya Shinee di Jepang, hahaha...

P : Nerusin sekolah disana gt gmn?

I : Lebih tertarik Jepang aku soalnya pengen art. Kliatannya art lebih seru di Jepang unik... ahahaah...

P : Menurut u serbuan hal2 yang berbau Korea yang da kliatan banget di Indo apa aja yah?

I : Hm... Banyak tuh... Resto2, liat aja klo ngemall pasti ada d tuh yang nama restonya korea2an... Bank juga, pernah liat namanya Hana Bank... Terus anak muda sekarang klo diliat di mall, gaya fashionnya uda Korea banget tuh... Apalagi boyband ama girlband yang ngopi Korea uda banyak jg...

P : Syipp... nice inpo... ntar klo butuh apa2 lg gw kontek u... thx ya...

I : Sama2!! ^^

KETERANGAN:

Wawancara dilakukan melalui BBM (Blackberry Mesenger). Informan diketahui berada di rumah. Wawancara dilakukan dengan menggunakan bahasa informal, agar tidak terkesan kaku dan informan merasa lebih nyaman menceritakan pengalamannya.

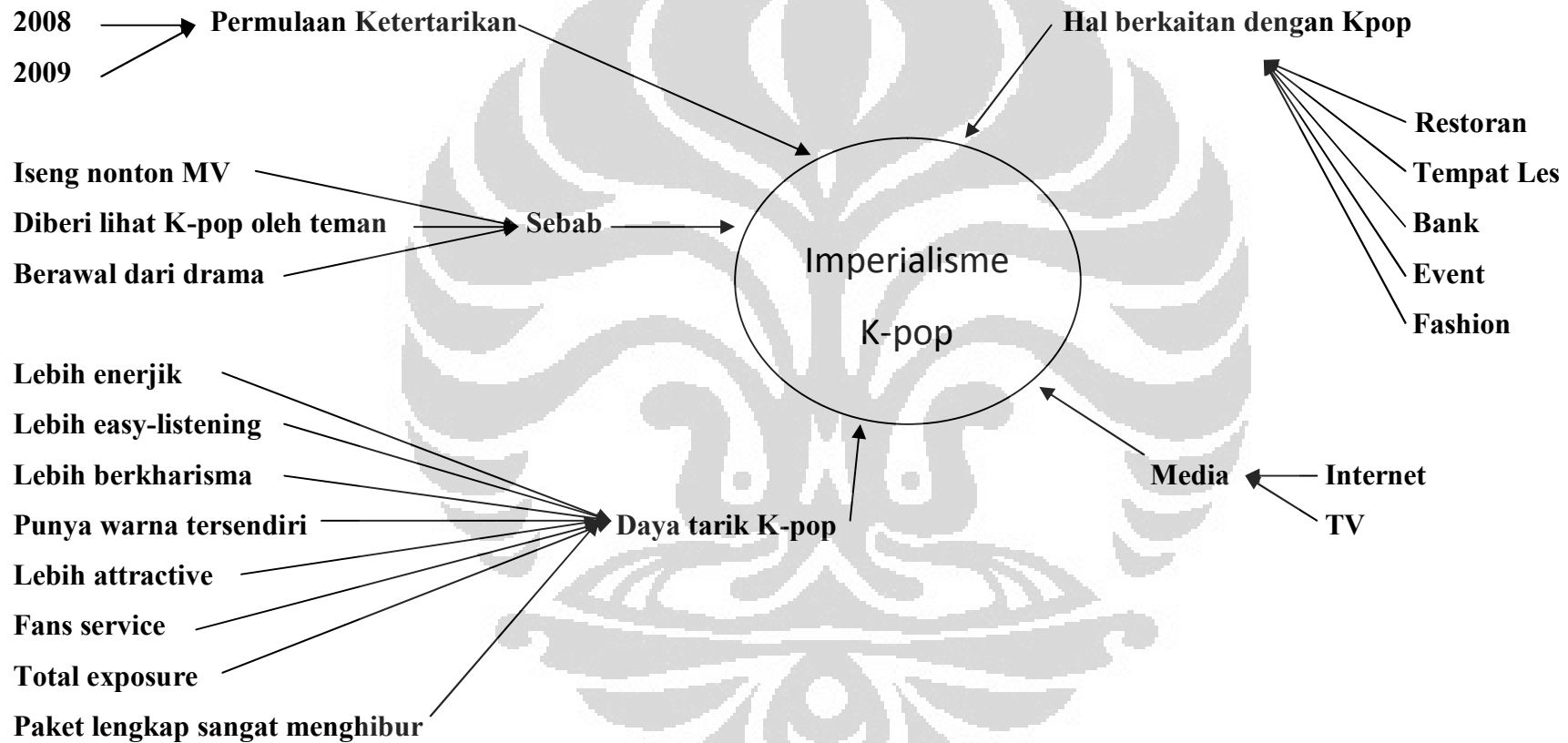
CATATAN TAMBAHAN:

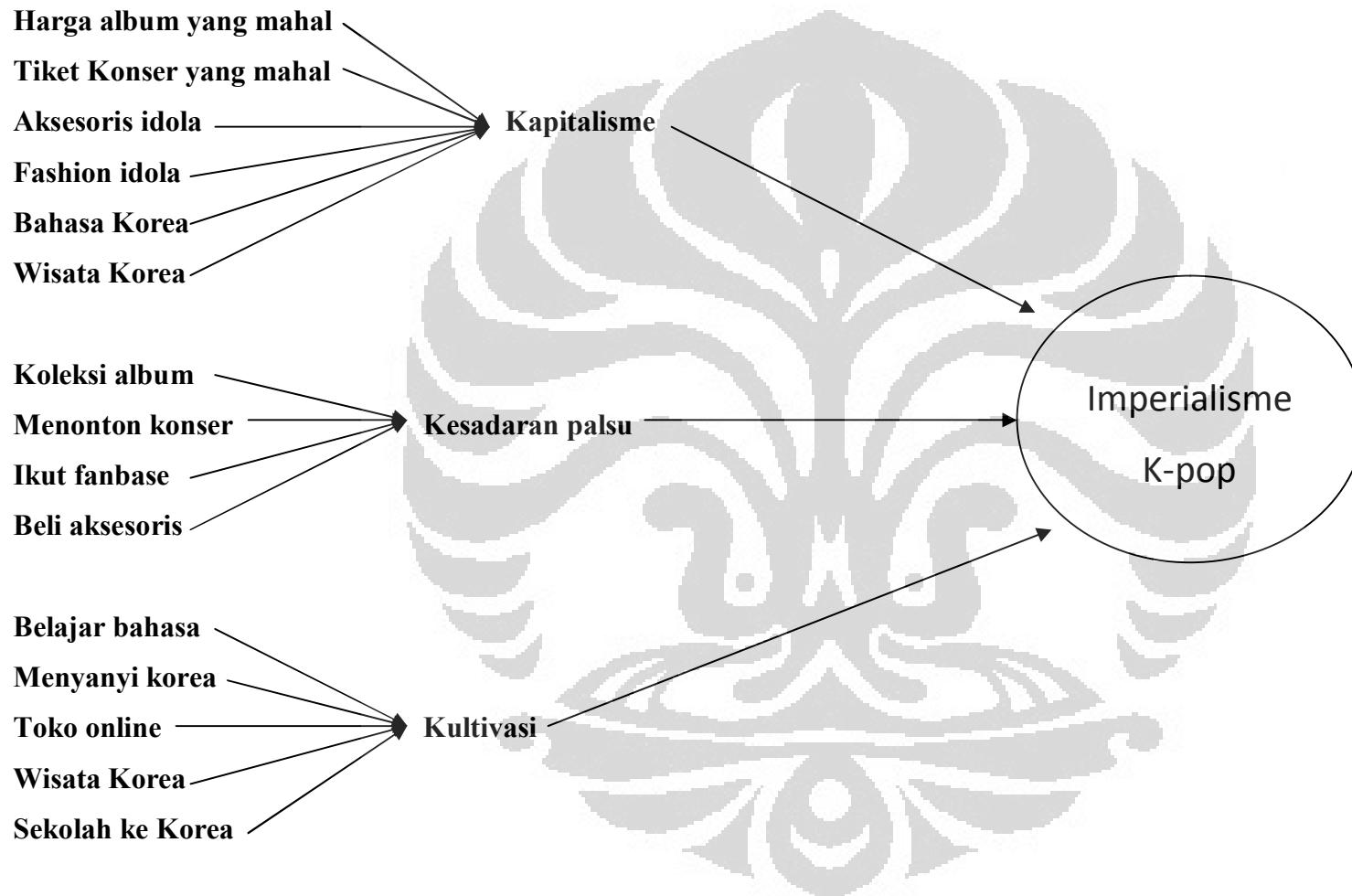
- ➔ Peneliti mendapatkan akun *Twitter* informan melalui seorang teman yang juga admin di fanbase Shawolindo. Kemudian menghubungi akun *Twitter* informan dan mendapatkan pin BBM-nya.
- ➔ Ketika wawancara berlangsung diketahui informan berada di rumah dan sedang santai.
- ➔ Saat peneliti menanyakan pertanyaan, informan dengan cepat membalasnya.
- ➔ Peneliti beranggapan bahwa informan bersifat supel dan ceria karena informan tidak kaku ketika menjawab setiap pertanyaan. Dan informan sering menggunakan kata-kata yang mengekspresikan bahwa informan sedang tertawa.

DATA PERSONAL INFORMAN:

Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 3 Juni 1995
Pekerjaan : Pelajar & Admin @Shawolindo
Kelas, Sekolah : Kelas 11, Bina Nusantara School Serpong

KODING HIERARKI INFORMAN: OPEN, AXIAL DAN SELECTIVE CODING





Open Coding

Narasumber : Informan 1
Profil : Pelajar dan Pemilik toko online JKPoop
Interviewer & Coder : Astuti (1006797654)

Kode	Transkrip	Intisari
	<p>P : Hai, Iv. Gue mau wawancara lu soalnya kan gue butuh narasumber untuk topik tesis gue yang judulnya <i>Cultural Imperialism...</i> Jadinya disini intinya kenapa sih remaja-remaja sekarang gemar banget sama musik Korea, fenomenal banget kan itu. Jadi langsung tanya aja yah. Lu suka Korea sejak kapan sih?</p> <p>I : Sejak tahun 2009, awal-awal.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Pengenalan topik - Awal Mengenal K-pop
	<p>P : Emang kenapa bisa suka mulai tahun 2009 itu?</p> <p>I : Awalnya gara-gara lagi iseng-iseng nonton, terus ada lagunya Girls' Generation itu sama Wonder Girls. Terus mulai cari-cari Korea-Korea-an.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Iseng menonton - Girls Generation - Wonder Girls
	<p>P : Kalau Girls' Generation dari lagu apa tuh?</p> <p>I : Gee.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Girls Generation – Gee
	<p>P : Kalau Wonder Girls?</p> <p>I : Nobody.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Wonder Girls - Nobody
	<p>P : Okay, terus sebelum suka musik Korea, lu suka musik dari negara lain gitu ga?</p> <p>I : Biasa dulu dengerinnya paling yang barat-barat... sama Indonesia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Suka dengar musik barat dan Indonesia sebelum K-pop
	<p>P : Mandarin atau Jepang itu ga?</p> <p>I : Ga terlalu...</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak terlalu mendengar musik mandarin dan Jepang
	<p>P : Jadi menurut lu sendiri, lebihhannya musik Korea sendiri itu dibanding barat itu apa atau dibanding Indonesia?</p> <p>I : Lebih... mungkin lebih enerjik dari pada yang di Indonesia. Lebih easy-</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Lebih enerjik - Lebih easy-listening - Lirik dengan kata-kata lucu

	listening lah, lebih enak didenger, terus suka lucu-lucu gitu kan, kata-katanya suka aneh. Bahasanya kan juga baru, ga biasa lah didengarkan.	
	P : Kalau barat juga gitu? Dibandingkan sama barat? I : Ya... dibandingkan sama barat, kayaknya sekarang suka yang sok seksi-seksi banget. Gimana gitu...	- Musik barat terkesan seksi
	P : Berarti tau dong kalau k-pop fenomenal banget di Indonesia? I : He em...	- K-pop fenomenal
	P : Terus lu nyikapinya tuh gimana? I : Kadang sih suka berasa risih, jadi kalau yang terlalu fanatik gitu... kadang suka... apa sih... ya bagus sih bagus tapi ga usa sampai sefanatik gitu lah. Sampai kayaknya pengen banget ke Korea, suka banget, tapi benci banget sama Indonesia gitu. Kadang sampai ada yang terlalu fanatik aja gitu.	- Risih dengan fans fanatik - Fans yang sampai ingin ke Korea dan benci Indonesia
	P : Terus kalau lu nunjukin kalau “ini loh gue ngefans sama K-pop” itu kayak gimana? I : Tidak suka menunjukkan. (tertawa)	- Tidak menunjukkan kalau menggemari K-pop
	P : Oh ga suka menunjukkan? I : Enggak gitu suka.	
	P : Kenapa tuh ga suka nunjukkin? I : Enggak apa-apa. Enggak gitu demen aja.	- Tidak suka menunjukkan
	P : Kayak lu bilang yang nunjukkin kesannya norak gitu? I : Ya... ya sih... (tertawa)	- Yang menunjukkan terkesan norak
	P : Terus, lu berteman gitu sama sesama pencinta K-pop aja atau sama yang lain-lain juga? I : Karena kan masih sekolah, semua yang temenin lah, selama tidak menyebalkan.	- Berteman dengan semua
	P : Terus ikut komunitas fans K-pop gitu ga? Fandom, fanbase, forum-forum gitu via internet? I : Enggak... males ikut-ikut. Suka ya suka sendiri aja, heboh sendiri tapi ga	- Tidak ikuta komunitas

	sampai yang sama orang-orang lain.	
	P : Terus kalau ga ikut komunitas gitu, cara update berita terbarunya gimana? I : Liat di internet...	- Update melalui internet
	P : Lu kan ngefans sama K-pop yah... terutama lagu-lagunya, dan pasti ada bahasanya kan. Bahasanya baru, bahasa Korea. Itu kendala bahasanya gimana? I : Banyak sih nyari (lirik lagu), tapi emang suka nyari-nyari juga di internet terutama lirik-lirik lagu gitu. Cari tahu... terus nge-les juga. Nge-les korea gitu.	- Les bahasa Korea
	P : Nge-les korea uda dari kapan? I : Dari 2009 juga sih sampai 2012.	
	P : Kenapa tuh les Korea? I : Pengennya dulu nge-sok nontonin... apa... film-film Korea ga pakai subtitle. Tapi ga ngerti sendiri. Sampai sekarang belum bisa.	- Nonton drama tanpa subtitle
	P : Terus les-nya dimana? I : Bina Lembaga Cerdas.	- Les di Bina Lembaga Cerdas
	P : Itu di daerah mana tuh? I : Di daerah Kebon Jeruk.	- Kawasan Kebon Jeruk
	P : Yang ngajar gurunya kayak gimana? I : Yang ngajar Ms. Kang, terus pernah diajarin sama Mr. Kang juga. Sama Mr. Kim. Tapi paling sering sama Ms. Kang.	- Guru les native
	P : Oh, berarti native yah? I : Iya...	
	P : Terus uda les gini, biasa bahasa Korea dipakai dimana aja tuh? I : Jarang-jarang dipakai. Biasa dipakai buat jualan.	- Bahasa korea untuk berjualan
	P : Oh... berarti punya toko. Jualan... Jualan apa tuh? I : Jualan CD/DVD... Jepang sama Korea.	- Punya toko

	P : Itu jualnya punya counter sendiri atau via online? I : Online shop gitu.	- Pemilik toko online
	P : Namanya apa tuh? I : JKPOOP...	- JKPoop
	P : Berarti kalau punya toko online, mengoleksi sendiri juga? I : Itu cuman buat artis-artis yang emang disukain aja. Ga semuanya sampai dipunya.	- Koleksi album yang disukai
	P : Berarti untuk artis yang disukain sendiri nyediain budget sendiri atau ga? I : Enggak... kalau suka yah dibeli, kalau ga ya ga...	- Tidak menyediakan budget
	P : Yang toko online ny itu berarti kan mesti modal kan. Buat kalau ada pesenan atau apa gitu. Yang modalin siapa? I : Sebenarnya bisa dibilang modalnya nol, karena kan sistemnya pre-order. Jadi mereka bayar dulu, baru kita pesenin. Kalau ga bayar, ga pesenin. Jadi itung-itung ga pakai modal.	- Toko online tidak memakai modal - Sistem pre-order
	P : Jadi orang tua nangepin lu suka K-pop, terus berbisnis gitu gimana? I : Sangat mendukung sih... terutama dalam bisnis kayak gini. Sangat mendukung, maksudnya yah... dibantuin apa... cari-cari apa, barang apa...	- Orang tua mendukung bisnis online
	P : Nonton-nonton konser gitu ga? I : Iya... tapi Cuma yang di Indo aja.	- Menonton konser di Indonesia saja
	P : Kenapa ga sampai nonton ke luar negeri? I : Belum ada budgetnya.	- Belum ada budget
	P : Kalau yang di Indonesia uda nonton siapa aja? I : 2PM... Jay Park...	- Menonton 2PM dan Jay Park
	P : Biasa nonton konser gitu, ditargetin ga mau yang VIP atau yang kelas berapa gitu? I : Kalau bisa ambil yang VIP... soalnya kalau festival gitu kan takutnya ga puas. Karena kalau festival kan capek. Soalnya pernah kan waktu itu nonton 2PM,	- Menonton di kelas VIP - Tidak puas di festival

	semuanya ga ada kelas-kelas, festival semua, yang Cuma sebentar itu yang bareng Taio Cruz.	
	P : Yang sponsornya Blackberry itu yah? I : He eh... itu ga mau lagi. (tertawa)	- Sponsor Blackberry
	P : Lu ngefans gitu sama K-pop, nilai kayak apa sih yang lu dapetin dengan ngefans idola-idola gitu? I : Paling yah... idolanya yah... itu... hm... sungguh-sungguh gitu loh, enggak asal-asalan kayak di Indo kan banyak yang baru-baru kayak Smash, Cherybelle, kayak gitu kayak asal-asalan. Kalau misalkan disono, ditraining-training sampe enam tahun, tujuh tahun... Mereka mang bener-bener dah siap gitu untuk perform segala macem. Ngeliat kerja kerasnya begitu.	- Idola yang sungguh - Tidak asal-asalan seperti di Indonesia - Artis Korea training sampai 6-7 tahun. - Artis Korea kerja keras
	P : Terus keinginan lebih jauh mengenai K-pop atau Korea sendiri itu gimana? I : Maksudnya pengen kesono gitu?	
	P : Banyak kan ABG-ABG disini yang ngefans and mo dateng langsung lah... Lu pengennya kayak gimana? I : Pengen... Makanya pengen kuliah disono... (berbinar).	- Ingin kuliah di Korea
	P : Mau kuliah disana? Persiapannya uda apa aja? I : Uda daptar, uda belajar bahasanya... Tapi masih pake bahasa Inggris sih itu belajarnya.	- Sudah daftat - Belajar bahasa
	P : Daftarnya dimana tuh? I : Dibantu sama guru les...	- Dibantu guru les daftar
	P : Guru les di BLC juga? I : Iyaaaaa...	
	P : Kampusnya uda ketauan? Kampus apa-apa gitu... I : Uda... Keimyung University...	- Keimyung University
	P : Disana ambil jurusan apa? I : Ambil bisnis (nyengir)	- Jurusan bisnis

	<p>P : Terus, tinggalnya uda? I : Di <i>dorm</i>.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Tinggal di <i>dorm</i>
	<p>P : Oh, ada <i>dorm</i>-nya? I : He eh...</p>	
	<p>P : Orang tua mendukung banget ato gimana? I : Sebenarnya sih setengah-setengah karena kan enggak pernah hidup sendiri kan... Yah, beratlah jadinya. Sendiri juga semuanya disono. Terus enggak ada temen juga kan... Ga ada orang yang kenal disono jadinya paling berat disitu. Apalagi kan bahasanya orang sono susah ngomong Inggris juga kan...</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Orang tua khawatir informan tinggal jauh dan sendiri
	<p>P : Masih ada kendala bahasa juga kalau disana? I : Iya... He eh...</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ada kendala bahasa
	<p>P : Okay, kayaknya cukup dulu... Nanti misalnya ada kurang apa-apa, gue hubungi lu lagi yah... I : Okay... (senyum)</p>	
	<p>P : Pas ada konser gitu, pernah jemput gt ga c ampe ke airport? I : Nononono... tp nyaris. Uda setengah jalan.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak jemput ke airport
	<p>P : Wae yo? I : Ternyata salah info. Jadinya pulang lagi. Hehe... pas 2PM kesini, ternyata mereka datang hanya beberapa jam sebelum konser (ini yang konser BB ya, bukan Hands Up). Dan karena semuanya festival, ga mau ambil resiko dapat diujung, jadinya ga jadi jemput. Plus rumah jauh dari airport, harus nginep di rumah temen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Salah info - Nonton bagian festival, resiko nonton di ujung
	<p>P : Awal-awal ngefans K-pop gini, ortu pernah komplain ga c? I : Sempet komplain karena bahasanya aneh, takutnya ternyata itu isinya enggak bener. Malah kayak pemujaan setan-setan gitu. Hahahahah... dan kayaknya itu juga yang menjadi alasan mendukung aku n cici les bahasanya, hehehe... Tapi sekarang enggak ada komplain kok. Malah kadang suka ikut-ikutan. Hahahah...</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Orangtua tidak komplain - Orangtua khawatir dengan bahasa yang tidak benar - Bahasa menjadi alasan les korea

	<p>P : Klo tentang pas mereka konser terus ampe bela-belain nginep di hotel yang sama gt pernah ga?</p> <p>I : Aku enggak pernah nginep2 di hotel mereka. Mahal hotelnya. Lagipula uda sama-sama di Jakarta. Hehehe... tapi kakakku pernah dimarahin gara2 stalking Uyong 2PM, ga ada kabar n ga bisa dihubungin sampe malem.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak sampai menginap di hotel - Hotel itu mahal - Kakak pernah stalking dan dimarahi orangtua
	<p>P : Stalking dimana?</p> <p>I : Di Fansign-nya (kakakku ga dapet tiket fansign), n ke JITEC malem-malem sama 'teman tak dikenal yang sama2 bias Uyong' pas 2PM rehearsal disono.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Bersama teman tak dikenal membuntuti 2PM
	<p>P : Menurut u hal-hal yang behub di korea yang da ada di Jkt apa aj c?</p> <p>I : Segala2nya...</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Segala hal di indonesia telah ke korea-korea
	<p>P : Apa aja tuh?</p> <p>I : Terutama yang berbau K-pop. Makanan, baju2, bahkan boyband girlband yang plagiat Korea pun ada. Event-event berbau Korea: banyak... bahkan saking populernya, semua produk-produk dibilang dari Korea, baik yang emang bener-bener dari Korea, maupun yang enggak. Terutama produk kecantikan, pernah nemu di ol-shop, bilangny dari Korea, tapi tulisannya Cina smua... Hahahahaha... bahkan terkadang suka merasa fans-fans K-pop di Indo lebih Korea dibandingkan dengan orang-orang koreanya sendiri. Dalam arti sangat mencintai dan membanggakan Korea, tapi negaranya sendiri dihina-hina... hahahaha...</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Makanan - Baju - Boyband - Girlband - Produk-produk cina - Fans lebih membanggakan Korea daripada Indonesia

Narasumber : Informan 2
Profil : Pelajar SMA
Interviewer & Coder : Astuti (1006797654)

Kode	Transkrip	Intisari
	<p>P : Hi Dhir... Jadi kan gue lagi bikin tesis untuk program S2 gue. Topik gw itu tentang <i>Cultural Imperialismi</i> industri dunia hiburan Korea di Jakarta. Jadi yang gue teliti yah remaja-remaja Jakarta yang menggemari musik Korea gitu. Jadi gue langsung tanya-tanya lu aja yah...</p> <p>I : Okay...</p>	- Pengenalan topik
	<p>P : Sejak kapan sih lu suka sama K-pop?</p> <p>I : Sejak tahun 2009-an akhir gitu deh...</p>	- Suka sejak 2009
	<p>P : Awalnya gimana tuh?</p> <p>I : Awalnya gara-gara drama Korea BBF itu...</p>	- Gara-gara BBF
	<p>P : Dari drama itu kok bisa ke K-pop?</p> <p>I : Iya... kan Kim Hyun Joong itu personil SS501, terus aku sukanya dia, jadinya mulai nyari-nyari info boyband Korea.</p>	- Suka personel SS501, Kim Hyun Joong
	<p>P : Hoo... itu awalnya. Sekarang pun masih suka SS501? Atau suka boyband lain?</p> <p>I : Sekarang aku uda ga ngikutin SS501, sekarang aku sukanya Suju sama Infinite.</p>	<p>- Tidak lagi suka SS501 saat ini</p> <p>- Suka SuJu dan Infinite</p>
	<p>P : Jadi pas Suju dateng ke sini kemarin dalam rangka Sushow (Super Junior Show) nonton dong?</p> <p>I : Nonton... hehehe...</p>	- Menonton Super Show di Indonesia

	<p>P : Sebelum suka K-pop gini, lu suka musik-musik negara lain ga? Kayak barat atau Jepang... Mandarin gitu...</p> <p>I : Enggak... paling lagu sehari-hari jadi Indo. Tapi ga terlalu addict.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Sebelumnya hanya suka lagu Indonesia
	<p>P : Menurut lu, kelebihan musik Korea dibanding musik-musik lain tuh apa sih?</p> <p>I : Hm... Musik Korea itu lebih berkharisma, punya warna sendiri gitu.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Musik Korea lebih berkharisma - Punya warna tersendiri
	<p>P : Berkharisma seperti apa tuh?</p> <p>I : Ahh... Dia kan boyband ya... terus cakep-cakep... terus aliran mereka tuh K-pop, jadi beda sama musik-musik biasa apalagi pakai nge-dance. Hehehe...</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Personel boyband cakap - Aliran K-pop berbeda dan ada tarian
	<p>P : Hoo... Terus menurut lu saat ini musik Korea di Indonesia uda seperti apa sih?</p> <p>I : Buming banget ya... Walaupun masih ada yang ga suka tapi sebagian besar uda tau K-pop.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - K-pop sangat buming
	<p>P : Dibandingkan sama pas lu pertama ngefans tahun 2009 sama sekarang 2012, kerasa beda banget ga fenomena Korea-nya?</p> <p>I : Beda... kalau pas 2009 tuh suka K-pop masih tenang gitu kayak berasa masih punya sendiri... Sekarang uda rame banget.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 2009 penggemar K-pop masih tenang
	<p>P : Lu menyikapi fenomena K-pop sekarang yang menjamur dimana-mana gitu gimana?</p> <p>I : Menyikapi dalam hal apa nih?</p>	
	<p>P : Kan sekarang di media massa kita (TV, majalah, koran) kan banyak bahas tentang K-pop tuh...</p> <p>I : Oooh... sebenarnya sih bagus yah... Biar K-pop tambah terkenal tapi paling ga sukanya kalau info-infonya udah mulai ngaco...</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Senang K-pop tambah terkenal - Kenal info K-pop kacau
	<p>P : Contoh ngaconya kayak apa tuh?</p> <p>I : D: Kayak mulai nyebutin nama band atau membernya salah... atau kalau di majalah biodatanya salah... atau fakta-fakta tentang membernya ngaco.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Salah sebut nama member - Biodata yang salah - Fakta yang salah
	<p>P : Gue juga sering denger mereka spelling Koreaanya <i>sotoy</i> gitu...</p>	

	I : Iya... Makanya kadang-kadang suka kesel juga.	
	P : Terus... biasanya lu nunjukin kalau lu tuh fans K-pop tuh gimana? I : Paling Cuma kayak nyuruh temen-temen dengerin lagu K-pop... Terus aku pakai aksesoris yang <i>bias</i> aku pakai, terus nge-spazz di Twitter.	<ul style="list-style-type: none"> - Suruh teman dengar K-pop - Twit tentang idola
	P : Hoo... Tiap <i>bias</i> lu pakai aksesoris apa gitu, lu pasti beli <i>and</i> pakai? I : Enggak juga... Aku sekarang cuma make gelang yang Dong Hae pakai yang warna silver. Paling kalau enggak, kalau misal <i>bias</i> aku pakai baju Nike, terus kebetulan aku liat bajunya, ya aku beli...	<ul style="list-style-type: none"> - Memakai aksesoris yang idola suka
	P : Alesannya kenapa tuh klo <i>bias</i> make apa, terus lu ngikutin? I : Kalau yang gelang Dong Hae itu karena dia selalu make, tapi kalau yang kayak baju samaan gitu sih iseng aja.	<ul style="list-style-type: none"> - Gelang Donghae
	P : Itu kan pernik-perniknya yah... Kalau soal bahasa gimana tuh? I : Iyaaa... Bahasa sih awalnya susah banget karena gak ngerti sama sekali tulisannya juga, tapi kelamaan aku bisalah dikit-dikit.	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak mengerti tulisan Korea
	P : Itu belajar bahasanya gimana? I : Aku belajar sendiri sih... kayak sering liat acara-acara mereka kan ada subs inggrisnya jadi kayak uda kebiasaan gitu.	<ul style="list-style-type: none"> - Belajar sendiri - Pakai subtitle bahasa inggris
	P : Ga les bahasanya gitu biar ada tutor? I : Aku mau les, tapi belom boleh sama mama. Kalau tutor biasanya nanya ke temen yang les bahasa Korea atau yang uda lebih jago.	<ul style="list-style-type: none"> - Belum boleh les Korea - Tanya-tanya ke teman yang les Korea
	P : Terus dalam bergaul, biasa temenan sama sesama fans K-pop aja kah? I : Enggak sih... soalnya di sekolah aku yang suka K-pop belum terlalu banyak, tapi yah... lebih nyaman yang sesama K-pop.	<ul style="list-style-type: none"> - Nyaman bermain dengan sesama penyuka K-pop
	P : Ikut komunitas apa untuk sesama fans gitu? I : Untuk sekarang ini ga... Hehehe...	
	P : Hoo... Kan lu suka Suju n Infinite, ga pernah masuk sujunesia n sejenisnya gitu? I : Oooh... Sujunesia pernah tapi udah lama banget pas 2009 itu tapi udah ga	<ul style="list-style-type: none"> - Pernah ikut SuJunesia - Sekarang SJ-World dan Forum resmi Infinite

	ngikutin,, paling aku ada di SJ-World sama forum official Jepang nya Infinite.	
P :	Jadi berhubungan sama member lain di komunitas tersebut pakai media apa tuh?	- Bisa menulis di wall SJ-World
I :	Kalau SJ-W kayak bisa nge-wall gitu kan, tapi kalau yang infinite ga pernah.	- Tidak menulis di forum Infinite
P :	Biasa kalau masuk komunitas itu, lu ngapain aja?	- Menulis komentar
I :	Biasa aku nge-comment-comment foto, liat schedule mereka gitu deh...	- Melihat jadwal idola
P :	Terus dapat info-info seputar K-pop dari mana?	- Twitter
I :	Twitter... Official website mereka...	- Situs resmi
P :	Pernah dari situs-situs seperti All-Kpop atau Soompi gitu?	
I :	Oh iya... itu juga...	
P :	Situs-situs lain yang dikunjungi apa lagi? Blog-blog gitu?	- Tumblr
I :	Enggak... Palingan Cuma Tumblr atau Youtube sih paling sarana lainnya.	- Youtube
P :	Itu seberapa sering masuk ke situs-situs tersebut?	- Setiap hari buka web
I :	Setiap hari... (tertawa)	
P :	Widih... (Tertawa)	
I :	Iya... Hehehe...	
P :	Terus tadi kan lu bilang lu beli pernik-pernik yang dipakai bias lu... selain itu, lu koleksi apa yang berhubungan sama bias?	- Koleksi album
I :	Apa yah... Palingan kayak album-album mereka atau clear folder mukanya bias gitu...	- Koleksi clear folder
P :	Itu lengkap koleksi album bias lu?	- Album SuJu dan Infinite lengkap
I :	Buat album-album Suju sama Infinite sejauh ini sih udah lengkap tinggal yang Japan version aja paling yang belum beli.	
P :	Kenapa memang yang Japan version belum terbeli?	- Versi Jepang mahal
I :	Mahal... hehehe...	
P :	Kalau yang Korean version itu lebih murah ya?	- Versi Jepang 200-400 ribu
I :	Iya, Jepang version harganya bisa lebih dari 280 ribuan, malah sampai 400an	

		juga ada.	
	P :	Di antara koleksi lu semua, paling mahal harga berapa tuh?	- Pernah beli harga 700ribu
	I :	Hm... berapa yah? Sekitar 400ribu an apa aku pernah beli yang 700 ribu ya... aku lupa. Hehehe...	
	P :	Mahal juga yah...	
	I :	Iya lumayanlah...	
	P :	Itu ngumpulin uang jajan atau minta langsung dari ortu?	- Beli album dengan uang jajan
	I :	Aku sejauh ini ngumpulin uang jajan atau pas ortu ngasih uang buat jajan aku pakai buat beli album, sama aja sih yah... (pasang muka sedih)	
	P :	Selain ngoleksi album-album gitu, tentang konser-konser K-pop, yang uda lu tonton apa aja?	- Daftar artis yang telah ditonton
	I :	Suju, Beast, 2PM, Jay Park, The Boss, Park Jung Min, Girls' Day.	
	P :	Itu semua di Indonesia? Ato lu nonton konser mereka di luar Indonesia juga?	- Pernah menonton Super Junior di luar negeri
	I :	Yang pernah di luar Indonesia cuma Suju sejauh ini...	
	P :	Yang SuJu nonton dimana?	- Singapore dan Malaysia
	I :	Di Singapore sama Malaysia.	
	P :	Hooo... itu nonton Sushow berapa?	- Super Show 3 MY dan SG
	I :	Sushow 3 di Malay-Spore, Sushow 4 di Spore.	- Super Show 4 SG
	P :	Itu ngumpuling uang jajankah? Atau semua orangtua kasih?	- Pakai uang sendiri
	I :	Kalau pas keluar negeri yang aku, ada yang make uang sendiri, ada yang minta ortu, patungan deh bagi dua gitu.	- Minta orangtua
	P :	Kira-kira nonton di satu negara gitu bisa abis berapa juta?	- Tiket 1,8 – 2 juta
	I :	Kalau tiket nontonnya sekitar 1,8-2juta, tapi kalau plus hotel n pesawat jadi sekitar 5 jutaan.	- Total hotel dan pesawat 5 jutaan
	P :	Itu tiket harga segitu nonton di kelas apa?	- Terrace dan festival
	I :	Di Terrace sama festival...	
	P :	Mahal gitu bukannya VIP?	- Harga tidak beda dengan VIP

	I : Kalau VIP di luar negeri, ga tau gimana cara belinya. Dan harganya memang 11:12 sama terrace atau festival.	
	P : Dengan lu ngoleksi barang-barang dan CD/DVD mahal gitu, plus nonton konser-konser di Indo maupun di luar, yang lu rasakan tuh apa sih? I : Seneng aja gitu kalau udah nonton atau udah punya album-albumnya ngerasa lega enggak ada utang.	<ul style="list-style-type: none"> - Senang menonton dan memiliki album - Serasa tidak memiliki hutang
	P : Kenapa mesti ada rasa utang gitu kalau ga punya albumnya? I : Ga tau yah... kayak ada yang kurang aja gitu kalau belum lengkap.	<ul style="list-style-type: none"> - Ada perasaan yang kurang kalau koleksi tidak lengkap
	P : Nilai-nilai (value) kayak apa sih yang lu dapet dengan ngefans sampai ngeluarin duit banyak kayak gitu? I : Kesenangan pribadi... Lebih berwarna aja hidupnya... Hahaha... Bahasa gue...	<ul style="list-style-type: none"> - Kesenangan pribadi - Hidup lebih berwarna
	P : Kenapa kayak CD lagu gitu, enggak download aja? Kan gratis... I : Kalau Cuma download, ga ada kenangannya. Lagian kan kalau beli album bisa buat mereka menang award-award gitu kan...	<ul style="list-style-type: none"> - Membeli album membantu idola mendapatkan awarb
	P : Terus yang lu harapkan tentang K-pop ini apa? I : Ya... Semoga bisa tambah maju lah yah... tambah keren... pokoknya yang positif-positif deh...	<ul style="list-style-type: none"> - Tambah maju K-pop
	P : Keinginan ke Korea gitu khususnya? Kan banyak yang ngefans-ngefans gitu sampai niat banget mau kesana. I : Ooh... Aku juga pengen banget kesana... Tapi belom ada waktu yang tepat aja buat kesana...	<ul style="list-style-type: none"> - Belum ada waktu untuk ke Korea
	P : Tambah beberapa pertanyaan yah... Ada yang gw penasaran soalnya. Kata informan 3, u sering klo ada konser, u buka kamar hotel yang sama ama itu artis, bener ga? I : Hahaha... iya bener kok...	<ul style="list-style-type: none"> - Buka kamar hotel
	P : Kenapa tuh? I : Siapa tau hoki gitu ketemu papasan pas ke kamar atau breakfast atau pas di lift, heheheh...	<ul style="list-style-type: none"> - Hoki berpapasan

	<p>P : Nah... itu duit nabung? Ato ortu bayarin?</p> <p>I : Klo waktu SuJu kesini itu minta ortu tapi waktu 2PM sama Beast uang sendiri atau patungan biasanya.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Minta ortu - Patungan
	<p>P : Itu biasa yang 1 lantai?</p> <p>I : Enggak juga, paling biasanya dapat di bawah / di atas kamar mereka, jarang sih klo ga 1 lantai nya sama crew nya.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Berbeda lantai
	<p>P : Hoo... da berapa kali kira-kira buka kamarnya?</p> <p>I : 4 kalian lah klo ga salah. Sebenarnya sih bukan buat ngejar artis, kan capek abis nonton konser biar bisa langsung tidur gitu.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 4 kali buka kamar - Bisa langsung tidur setelah konser
	<p>P : Hoo... Klo artisnya dateng sampai chasing gt ga? Jemput di bandara gitu...</p> <p>I : Maksudnya chasing apa? Di bandara pernah 1 kali doang abisan suka rame males.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 1 kali jemput di bandara
	<p>P : Chasing = ngejar... Kayak jemput di bandara gitu.</p> <p>I : Enggak kok sedapetnya aja...</p>	
	<p>P : Pas nginep di hotel itu, ada pengalaman berpapasan enggak?</p> <p>I : Pernah sama Teukie waktu itu abis KIMCHI ketemu di lift.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Bertemu Lee Teuk di lift
	<p>P : Reaksi u pas ketemu gitu gmn?</p> <p>I : Nge freeze -_-“ hahahahah</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Freeze
	<p>P : Wkwkwkw... langsung 1lift gt?</p> <p>I : Enggak... jadi kan kamar aku di lantai 8, terus mau turun kan naik liftnya stop di lantai 5, terus tiba2 liftnya kebuka terus ada Teuki, tp lift depan aku juga kebuka nah itu isinya kayak staff + manajernya SuJu jadi Teukie naik lift yang itu gara-gara uda dipanggil ama manajernya.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Lee Teuk bersama crew
	<p>P : Hoo... Ga sempet signing ato say ‘hi’...</p> <p>I : IYA!!! Hahahaha... pas akhir2 senyum gt.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Lee Teuk pasang senyum
	<p>P : Jadi ga terlupakan dong yah pengalaman itu...</p> <p>I : Iya... hehehe... aku langsung heboh gitu.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Heboh

	<p>P : Wkwkwkwk... Hoki banget. Yang Big Bang ini u nonton ga?</p> <p>I : Gatau nih... Big Bang aku biasa aja soalnya. Liat ntar aja gitu klo mendadak pengen dan ada uang ya nonton.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ragu menonton Big Bang
	<p>P : Ho... WKwkwkwk... soalnya hari ini lagi rame gt yang omongin.</p> <p>I : Iya... emang temen2 aku juga nanyain aku nonton bigbang atau enggak hahaha</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Teman ada yang ajak
	<p>P : Menurut u hal2 yang berhub ama korea yang uda ada di indo apa aja c?</p> <p>I : Oooh...iya kan resto terus tempat les sama bank sekarang ada banyak disini.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Resto, tempat les, bank Korea banyak
	<p>P : Yang u tw resto apa aja tuh?</p> <p>I : Ada Tobak, Tohdam, Oh Jang Dong, Han Gang... Banyak tuh di daerah Senopati tapi ga tw namanya susah...</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Tobak - Tohdam - Oh Jang Dong - Han Gang
	<p>P : Wkwkwk... Klo tpt les?</p> <p>I : Tempat les ga tau dimana ajanya - -, tapi di sekolah aku ada...</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Di sekolah ada tempat les Korea
	<p>P : Wiw... ampe di sekolahnya ada? Cool... Dengan u nonton gt, ortu pernah komplain dengan cara ngefans u?</p> <p>I : Katanya aku lebay - -“</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ortu mengetai lebay
	<p>P : Hoo... kayaknya semua yang abisin duit wat kpop pasti pernah dibilang gt. Terus u overcome nya gmn?</p> <p>I : Aku diem aja klo dibilang gt.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Diam saat ditegur
	<p>P : Kan masi sekolah yah... ada keinginan ampe lanjut sekolah di korea gt?</p> <p>I : Klo buat sekolah di Korea kayaknya enggak deh aku. Hheeeeh</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak ingin lanjut sekolahan di Korea
	<p>P : Hooo... syiplah.. thx yah...</p> <p>I : Ok...</p>	

Narasumber : Informan 3
Profil : Pelajar SMA dan admin Shawolindo
Interviewer & Coder : Astuti (1006797654)

Kode	Transkrip	Intisari
	<p>P : Hey, Dys...</p> <p>I : Hallo...</p>	- Menyapa
	<p>P : Jadi gue ajak lu ketemuan ini, gue mo jadiin lu narasumber gue. Thesis gue judulnya Imperialisme Industri Dunia Hiburan Korea di Jakarta, jadi studi terhadap remaja-remaja Jakarta yang suka musik Korea. Jadi intinya kenapa sih lu suka banget ama K-pop. Ampe nonton konser mereka, ngoleksi semua albumnya, pernik-perniknya. Langsung tanya aja yah...</p> <p>I : Ya...</p>	- Pengenalan topik
	<p>P : Lu suka K-pop sejak kapan sih?</p> <p>I : Sejak 2008.</p>	- Sejak 2008
	<p>P : Awalnya gimana tuh?</p> <p>I : Awalnya... sama sekali enggak punya ide tentang K-pop, sama sekali. Terus, aku punya temen dan dia juga baru suka. Terus abis itu, dia sukanya gara-gara nonton Super Junior Full-House. Tiba-tiba aku ditarik ke rumahnya disuru nonton. Terus jadi peasaran, ini apa? Terus langsung nyari video klipnya apa segala macam, autobiografi-nya gitu-gitu. Terus tiba-tiba eventually langsung suka.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Full House – Super Junior - Mulai penasaran - Mencari segala yang berhubungan dengan idola
	<p>P : Daya tariknya Full-House emang sejenis drama, film, ato kayak gimana?</p> <p>I : Full-House yang aku tonton bukan yang dramanya, tapi Full-House variety shownya SuJu, terus ini apa... kok cowok-cowok konyol banget. Ini maksudnya apa gitu-gitu terus cari tau sendiri, terus ya suka gitu.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Variety show – Full House - Cowok-cowok konyol
	<p>P : Terus saat suka K-pop sendiri itu dari mana? Dari situ juga?</p>	- Awal menyukai K-pop

	I : Dari situ kayaknya.	
	P : Kenapa tuh? I : Penasaran soalnya. Napa kok rame banget. Penasaran-penasaran terus cari, cari, cari... Terus yah jadi suka gitu.	<ul style="list-style-type: none"> - Variety nya ramai - Bikin penasaran
	P : Terus sebelum lu suka sama K-pop ini, suka musik kayak Barat, Mandarin, Jepang gitu ga sih? I : Lebih ke Barat.	<ul style="list-style-type: none"> - Sebelumnya menyukai barat
	P : Kenapa tuh? I : Ga tau... ga... dari kecil dicekokinnya tuh macem westlife, N'sync... terus jadinya tuh dari kecil juga nyanyi teriak-teriak tuh hobinya kayak Westlife yang gitu-gitu... Jadi dibawa ampe gede.	<ul style="list-style-type: none"> - Dicekoki Westlife
	P : Klo Indo ga? I : Enggak.	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak suka musik Indonesia
	P : Jadi sekarang lu suka western and Kpop. Lebih suka mana kpop ato western? I : Sekarang lebih ke kpop.	<ul style="list-style-type: none"> - Lebih suka K-pop sekarang
	P : Jadi kelebihan K-pop dibandingkan Western apa? I : Apa yah... mereka kayak yang lebih attractive gitu. Klo misalnya western di perform mereka ya uda mereka cuma nyanyi, teriak-teriak ajak fans. Kalau K-pop tuh punya yang namanya Fans Service. Dan itu bener-bener kayak 3D gitu loh...	<ul style="list-style-type: none"> - Lebih atraktif - Fans Service
	P : Bentuk fans service-nya kayak apa? I : Kayak misalnya making eye-contact, terus bener-bener kayak... gitu... yang ngajak poto bareng, friendly banget gitu ke fans nya.	<ul style="list-style-type: none"> - Eye-contact - Ajak foto - Friendly terhadap fans
	P : Menurut lu, K-pop sendiri di Indonesia uda kayak apaan sih? I : Meledak banget... Bener-bener booming banget. Dulu waktu suka K-pop tuh enggak ada yang tau. Dulu tuh kalau suka K-pop, kalau ketemu orang yang suka K-pop kayak "Lu suka K-pop juga? Suka siapa?" kayak gitu. Sekarang, "Lu	<ul style="list-style-type: none"> - K-pop booming di Indonesia

	suka K-pop?" "Oh"...	
	<p>P : Lu nunjukinnya kalo lu tuh fans K-pop tuh kayak gimana? Misal kayak bahasa, gaya hidup ato pernak-pernik gitu...</p> <p>I : Enggak... aku enggak tipe yang kayak beli kaosnya, kaos SuJu, gelang... enggak... Aku lebih yang behind the scene gitu. Orang kalau liat aku dari depan tuh enggak tau kalau aku suka K-pop.</p>	- Tidak menunjukkan kalau penggemar K-pop
	<p>P : Kok gitu? Biasa kan orang-orang pada suka nunjukin loh...</p> <p>I : Enggak... enggak ngerti... soalnya aku di sekolahan juga bergaulnya sama orang yang sukanya barat. Jadi yah kalau di sekolah ngomonginnya barat. Gitu-gitu... terus kalau di Twitter baru...</p>	- Bergaul dengan teman yang suka barat
	<p>P : Temen-temen sekolah lu enggak ada yang suka K-pop juga?</p> <p>I : Ada yang ketularan sih tapi enggak sebanyak itu. Paling Cuma beberapa doang.</p>	- Beberapa suka K-pop
	<p>P : Terus lu bergaul sama semuanya ato gimana?</p> <p>I : Sama semuanya...</p>	- Bergaul dengan semua
	<p>P : Terus lu ikut kayak K-pop komunitas gitu ga sih lu?</p> <p>I : Oh.. ikutan. Aku ikutan shawol indo, sama fans indo Henry.</p>	- Ikut Shawolindo - Ikut fans Henry SuJu
	<p>P : Kenapa tuh ikut komunitas kayak gitu?</p> <p>I : Iseng sebenarnya. Jadi kayak dulu tuh Shawol-Indo tuh adminnya cuma 1 ato 2 founder sama admin. Foundernya uda kuliah kan, jadi sibuk banget. Yang adminnya uda mo UAN. Terus, agak kesulitan gitu atur waktunya. Terus dibuka gitu, kayak nyari siapa yang mo jadi admin gitu. Sebenarnya Shawol-Indo fanbase gede. Uda 35ribuan lebih followernya dari awal Shinee. Pokoknya uda fanbasenya gede banget, waktu aku masuk juga deg-degan soalnya mereka bener-bener nyari admin gitu yang bisa ke fanbase Korea.</p>	- Menjadi admin Shawolindo
	<p>P : Dapat info yang update?</p> <p>I : Iya... (ketawa)</p>	
	<p>P : Terus lu jadi adminnya?</p> <p>I : Iya... (ketawa)</p>	

	<p>P : Ampe jadi admin berarti emang ngefans banget ya? I : Iya... (ketawa)</p>	
	<p>P : Terus selain itu, komunitas internasionalnya juga ikut? I : Cuma sekedar follow-follow aja sih. Enggak sampai yang terlibat langsung.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Sekedar follow komunitas Internasional
	<p>P : Biasa lu berhubungan ama member lain di komunitas itu gmn? I : Biasa sih yahoo messenger. Ato ga sekedar twitter, BBM. Belum pernah officially meet sih.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - YM - Twitter - BBM - Belum pernah bertemu member lain
	<p>P : Kalo gue denger kan banyak forum-forum gt enggak terlalu banyak yang masuk lagi. Soalnya kan pada make Tumblr, apalagi kan Twitter juga update banget. Itu lu juga ikut-ikutan gitu? I : Kita emang dari pertama kali buat pake Tumblr. Terus sekarang kita yang baru pindah ke wordpress.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Pertama memakai Tumblr
	<p>P : Ga pake www.blablaba.com gitu? I : Enggak... (nyengir)</p>	
	<p>P : Itu Shawol-Indo tadinya Tumblr? I : Iya...</p>	
	<p>P : Terus lu dengan ngefans kayak gitu, kendala bahasanya gimana? I : Awalnya sih cuma tau kata-kata singkat kayak anyong, anyonghaseyo, onni, oppa... yang kayak gitu-gitu doang, terus lama-lama ngerti lah dikit-dikit.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mengetahui kata sederhana Korea
	<p>P : Terus belajarnya kayak gimana? I : Ikut les Korea di BLC...</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ikut les
	<p>P : Kemarin ada wawancara informan 1 juga berartikenal dong? I : Iya... satu angkatan sama informan 1...</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Les bersama informan 1
	<p>P : Terus biasa lu make bahasa Koreanya dimana aja? I : Aku lebih kalo misalnya... hm... aku punya grup chat gitu di Skype, itu sama orang-orang Korea gitu... aku belajar bahasa Korea itu, speaking nya lewat</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Punya chat grup di Skype Bersama orang Korea

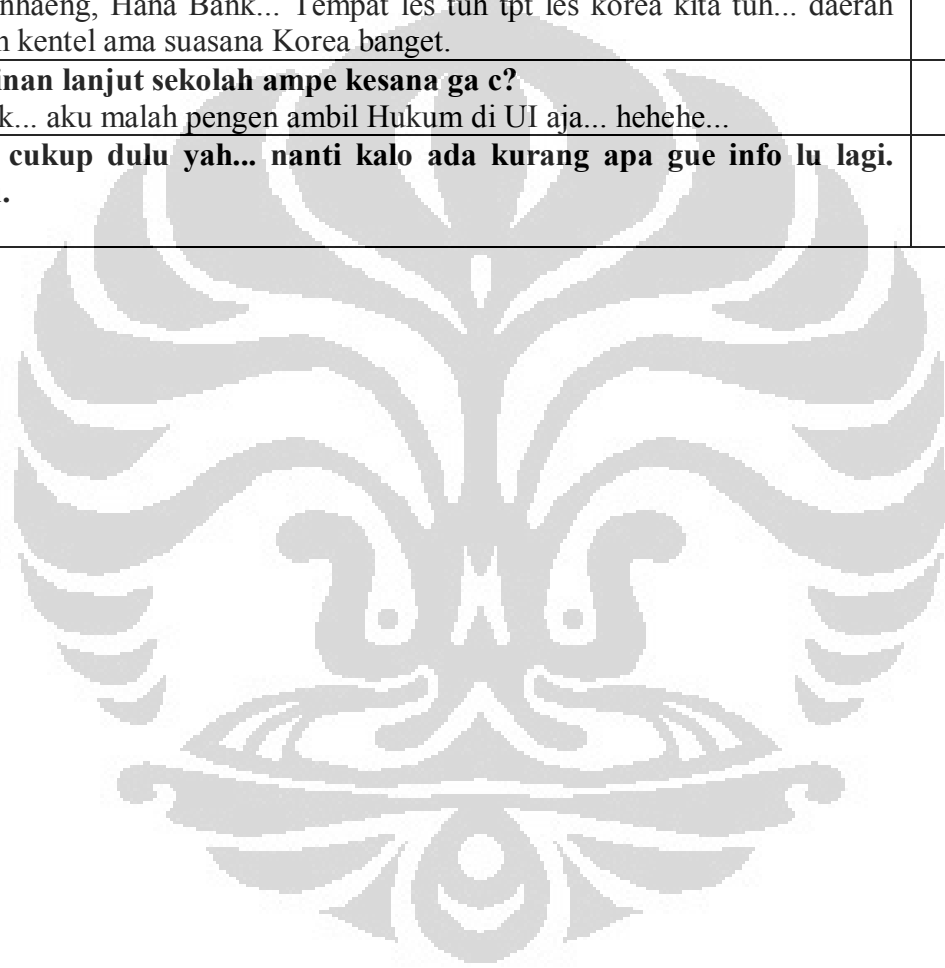
	mereka. terus ato enggak, sama orang-orang Korea di Twitter aku juga ngomongnya... biasa klo ngomong Korea ya sama orang Koreanya.	
	<p>P : Itu lu ngomongin orang-orang Korea, grup chat di Skype, Twitter, itu lu dapet kenalan gitunya gimana?</p> <p>I : Kalo grup chat itu aku di-invite sama orang. Kalo yang di Twitter itu aku nyari noona-noona nya Taemin, jadi stalker-stalkernya Taemin aku follow-followin. Aku Cuma sekedar sama terus lama-lama jadi ngobrol gitu. Jadi dari Shawol-Indo juga. Shawol-Indo tuh dah lumayan ngeTOP gitu loh di Korea. Soalnya kita tuh sering banget bikin kayak project gitu sama mereka, jadi kayak uda mulai di-recognize gitu. Kalo aku bilang Shawol-Indo, mereka kayak “Oh, Shawol-Indo”</p>	- Kenal dengan orang korea melalui orang lain
	<p>P : Lu dari tadi ngomongin noonanya TaeMin, berarti lu bias lu Taemin?</p> <p>I : Iya... (ketawa)</p>	- Bias: Taemin
	<p>P : Lu kan jadi admin, berarti kan harus update-update gosip-gosipnya mereka, lu dapet infonya gitu dari mana?</p> <p>I : Dari websitenya Taemin-taemin gitu. Dari stalker-stalkernya gitu.</p>	- Website Taemin
	<p>P : Terus semuanya gitu lu bookmark-bookmarkin?</p> <p>I : Iya...</p>	- Bookmarks
	<p>P : Seberapa sering tuh lu update kayak gitu?</p> <p>I : Kalo aku buka internet, buka beberapa window. Ini buat ininya Taemin, ini buat Twitter, youtube...</p>	- Buka beberapa windows
	<p>P : Itu tiap hari?</p> <p>I : Enggak... kalo online aja... kadang-kadang suka males juga buka internet gitu... soalnya terlalu banyak yang harus di catch-up, terus jadi males, mending enggak tau.</p>	- Malas buka internet
	<p>P : Kira-kira frekuensinya buat buka internet itu berapa lama?</p> <p>I : Biasanya itu kalo uda mule deket weekend, kamis, jumat...</p>	- Weekend buka internet
	<p>P : Kalo weekdays ga? Kenapa tuh?</p> <p>I : Soalnya kalo uda buka, enggak bisa berenti. Jadi mending enggak buka sama</p>	- Tidak bisa berhenti sekali Buka internet

	sekali.	
	P : Ngoleksi barang-barang kpop gitu juga ga? I : Albumnya...	- Koleksi album
	P : Pernak-pernik lainnya... I : Paling light-stick. Itu paling klo nonton konser klo enggak beli.	- Light stick
	P : Album-album gitu, bias lu doang, ato tergoda untuk beli grupband laen? I : Biasanya yang aku suka doang... tapi pernah tergoda sama F(X). Abis kemarin comeback nya dia bagus banget. Suka lagunya yang Hot Summer. Boyfriend juga tuh tergoda. Sekarang bosan.	- Tergoda album grup lain
	P : Sejak kapan tuh mulai koleksi-koleksi? I : Dari album pertama tuh Sorry Sorry C... sekitar tahun 2009.	- Album pertama Sorry Sorry 2009
	P : Dapetinya gimana? I : Waktu itu mulai masuk itu apa namanya... tempat CD... Sangaji... terus temenku pada pamer, "gw dapet Sorry Sorry" terus aku cari di Sangaji abis, terus temen aku papanya ada yang ke Korea. Terus nitip.	- Sangaji - Titip teman
	P : Terus liat harga-harganya beda banget kan tuh sama album barat gitu. Asia biasanya kalo dijual di Indo lebih mahal. Kendala kayak gitu gimana? I : Ya nasib (ketawa) jadi kalo misal mau beli, nabung dulu.	- Nabung kalau beli
	P : Itu korean version aja ato Japan version? Kan Japan version lebih mahal kan? I : Aku belum pernah beli yang Jepang. Tapi aku soal album juga jualan online sekarang.	- Belum beli versi Jepang
	P : Kenapa tuh tiba-tiba bisa buka toko online? I : Habis waktu itu tanteku ada yang buka toko online. Mamaku kayak nyuru aku coba juga. Nanti mamaku yang modalin. Jadi yang aku suka aja... ya Korea.	- Buka toko online
	P : Belanja-belanjanya dari apa? I : Dari online, distributornya orang Korea. Kalo aku sistemnya lebih ke Pre-Order, tapi kalo misalnya untuk album-album yang uda pasti laku berat, aku pasti beli	- Distributor orang Korea - Sistem pre-order

	banyak, nanti langsung aku jualin.	
	P : Ngitung wat ongkirnya gitu gimana? I : Kebetulan distributor kita kalo aku beli banyak, free ongkir.	- Beli banyak free ongkir
	P : Uda ngoleksi, ampe buka toko online segala, itu nilai yang lu dapet tuh apa sih kayak dari hal-hal kayak gitu? Kayak moral value yang positif yang bikin diri lu lebih baik ngefans-gefans gitu... I : Menurutku... itu dari hobi, kita bisa ngaligin ke usaha...	- Hobi menjadi usaha
	P : Sekarang kan juga banyak artis korea ke Indo kan? Lu sendiri nonton-nonton konser kayak gitu ga? I : Aku kalo yang aku suka aku usahain nonton. Pertama kali Wonder Girls. Terus 2PM, KimChi... Terus kemarin Super Show. Super Show aku uda nonton 2 kali. Pertama kali nonton Super Show 3 itu di Singapore.	- Menonton konser-konser
	P : Itu nonton di luar negeri kan mesti sedia budget... itu gimana? I : Orang tua bantuannya tiket pesawat sama hidup disana. Kalo tiket konser, aku ful yang bayar.	- Orang tua bantu tiket pesawat
	P : Orang tua suka ngomel-ngomel ga sih karena mahalnya tiket konser? I : Biasanya ngomel. Tapi untuk Super Show ini, aku nabung uda lama banget. Terus dari awalaku nabung aku uda bilang ini untuk nonton konser. Ibuku masih mikir ga mungkin. Jadi itu juga ga tau konsernya dimana. Aku nabung, nabung, nabung...jadi pas diumumkan, aku uda uangnya.	- Menabung untuk tiket
	P : Nonton di Singapore gitu, dapetin tiketnya kayak gimana? Susah ga? I : Aslinya klo belinya lewat sistick, itu kayak myticket nya kita. Jadi aku beli lewat orang indo. Jadi om nya kerja di dalam Sistick. Jadi dia beli nya 100 dollar, dijual ke orang Indo tapi dinaikin harganya.	- Sistick
	P : Awal-awalnya enggak takut ketipu? I : Awalnya 50-50 gitu takut banget. Takut salah... terus aku punya temen yang suka banget ama Suju, n konser Suju di tiap negara, dia nonton. Dia ke Filipin, ke Korea, Singapore, dia ikuta Super Show satu-satu. Dia belinya lewat ini juga.	- Takut tertipu

	<p>P : Keinginan lebih jauh mengenai Kpop ini apa sih? I : Aku uda nonton konser... yang pengen banget tuh nonton fan-meeting. Fan meeting itu lebih intimate gitu. Lebih pengennya ini di luar. Soalnya kalo di Indo tuh kayak lebih kerasa kayak ada kompetisyennya gitu antar fans. Kalo di luar tuh kayak lu suka, gue suka, ya udah... klo di Indo kayak yang “itu kan punya gue... kok lu suka”</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ingin ikut fan-meeting
	<p>P : Keinginan ke korea sendiri gimana? I : Oh, pengen banget. Aku uda pernah sekali. Tapi kemarin ke Korea tuh bukan ngejar Kpopnya. Emang aku ikut dari les bahasa Korea aku itu. Dia ada kayak study tour kesana. Terus aku ikut. Aku 2 minggu disana abis 1500 dollar. Makan, hidup, tinggal uda itu. Tapi belum termasuk uang jajan.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Pernah sekali ke Korea
	<p>P : Uda kemana aja waktu itu? I : Aku nyampe di Incheon, terus ke Busan. Abis itu ke Gyeong Ju. Abis itu ke Seoul. Abis itu pulang.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Incheon - Busan - Gyeong Ju - Seoul
	<p>P : Jalan-jalan semua itu? I : Kita di Daegu seminggu itu buat belajar, empat hari. Kita belajar bahasa Korea di KeimMyung University.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Belajar di DaeGu seminggu
	<p>P : Perasaanya lu bisa kesana... datengin negara bias lu gimana? I : Seneng banget. Soalnya aku kesana pas orang-orang belum pada punya keinginan... mereka belum dare ke Korea. Yang Cuma pengen deh doang. Sekarang giliran aku udah, orang-orang yang baru ke Korea. Jadi ngiri lagi. Ketagihan.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Senang datang ke negara idola
	<p>P : Nice, dysh... kayaknya cukup dolo... ntar klo ada apa2 lagi gw BBM u yah... I : Iya kak... heheh...</p>	
	<p>P : Btw, hal2 yang berhub ama Korea yang sekarang ada di Indo apa aja sih yang u temuin? I : Resto, bank, tempat les... Resto kayak Han Gang, Pyong Yang, Cozzi... Bank tuh</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Resto - Tempat les - Bank

	ada Uri Eunhaeng, Hana Bank... Tempat les tuh tpt les korea kita tuh... daerah senopati tuh kentel ama suasana Korea banget.	
	P : Ada keinginan lanjut sekolah ampe kesana ga c? I : Enggak, kak... aku malah pengen ambil Hukum di UI aja... hehehe...	- Ingin kuliah hukum di UI
	P : Kayaknya cukup dulu yah... nanti kalo ada kurang apa gue info lu lagi. Thank you. I : Okay...	



Narasumber : Informan 4
Profil : Pelajar SMA dan admin Shawolindo
Interviewer & Coder : Astuti (1006797654)

Kode	Transkrip	Intisari
	P : Hey Al.. Lagi sibuk sekarang? I : Halo..	
	P : Lagi senggang? I : Iya... gapapa kok.	
	P : Syiip... Jadi kan gue mau buat tesis nih yang topiknya imperialisme budaya Korea gitu, terutama K-popnya, jadi gue langsung tanya-tanya aja yah... I : Okay...	- Pengenalan topik
	P : Lu suka K-pop sejak kapan sih? I : Sejak tahun 2009.	- 2009
	P : Awalnya gimana tuh? I : Dulu kan di sekolah sempet uda banyak yang suka, tapi rata-rata pada suka SNSD. Aku sih waktu itu enggak ngejek atau apa... biasa aja... nah abis itu temenku satu les, ada yang suka Shinee, aku juga biasa-biasa aja. Nah waktu kapan bosan, iseng nonton videosnya di Youtube eh ketagihan deh...	- SNSD - Iseng menonton
	P : Kenapa itu bisa bikin lu suka n ketagihan? I : IDK. Probably their performance, terus the whole packaging of the artists, how they dance, their appearance, how they seem to entertain in variety and reality shows. I dont think that what you can get from stanning bands dari Amerika gitu-gitu, hehehe... terus mungkin karena jarak umurnya deket kan, jadinya lucu aja kayak gitu...	- The whole packaging - Jarak umur dekat
	P : Sebelumlu suka K-pop gini, lu gandrung ama musik-musik negara lain ga? Kayak Jepang, Mandarin and Jepang gitu...	- Suka mandarin: F4

	I : Iya... hahaha... dulu waktu 2 SD, mandarin, jamannya F4 gitu-gitu kan yah... terus berlanjut ke arah rock sama screamo, hahaha... dulu suka banget Linkin Park gitu-gitu sampai sekarang sih. Tapi eh nyambungnya ke K-pop.	
	P : Di antara itu semua, K-pop bisa unggul gitu kenapa sih? I : Maksudnya diantara semua musik yang aku suka?	
	P : Yup... I : Ohhh itu kali ya ttp menurutku dgn adanya total exposure ke artis2 koreanya (kyk fancams, reality shows, fansites gt2) jd bikin adiktif, gak bosenin, dan fans kyk aku jd pgn lebih, kalo artis bule kan rata2 muncul sekali2 gt2, gk ada namanya teaser dan lain2, gk ada perasaan "anjir bntr lg teaser keluar ganteng bgt balala" hahaha	- K-pop: total exposure
	P : Kan k-pop fenomenal bgt yah skrg ini... Ga cm di indo aj, even mancanegara... U menanggapi gmn? I : Seneng2 aja sih gapapa, tp sbnrnya semi kangen kpop dulu pas blm kyk gini, haha contohnya big bang, skrg lagunya menurutku udh americanized bgt, ~touch~ kpopnya udh semi gk ada?? trs apalagi kalo menurutku (sotoy sih tapi total wkakaka) SM is too hasty, kyk agresif bgt aku liatnya, jdnya sns debut di amrik make steve aoki gt2 lol tapi suka seneng sih kl misalnya shinee atau other kpop groups lainnya di recognized sama mancanegara	- Senang K-pop menjadi fenomena - Big Bang – americanized - SM - hasty
	P : U pas 2009 itu pertama ngefans nya sama siapa? I : Langsung shinee . . .	- Shinee
	P : Klo skrg? I : Masih shinee...hahaha	- Sekarang Shinee
	P : Kirain berubah... Soalnya kan byk kluar grup2 br tuh... I : Iyaaaa haha banyak jg yg tdnya shinee juga tp skrg udh beda2 pd ke exo infinite gt2~~	- EXO - Infinite
	P : Biasa u nunjukin klo u tuh fans k-pop tuh gmn c?	- Menunjukkan kalau fans

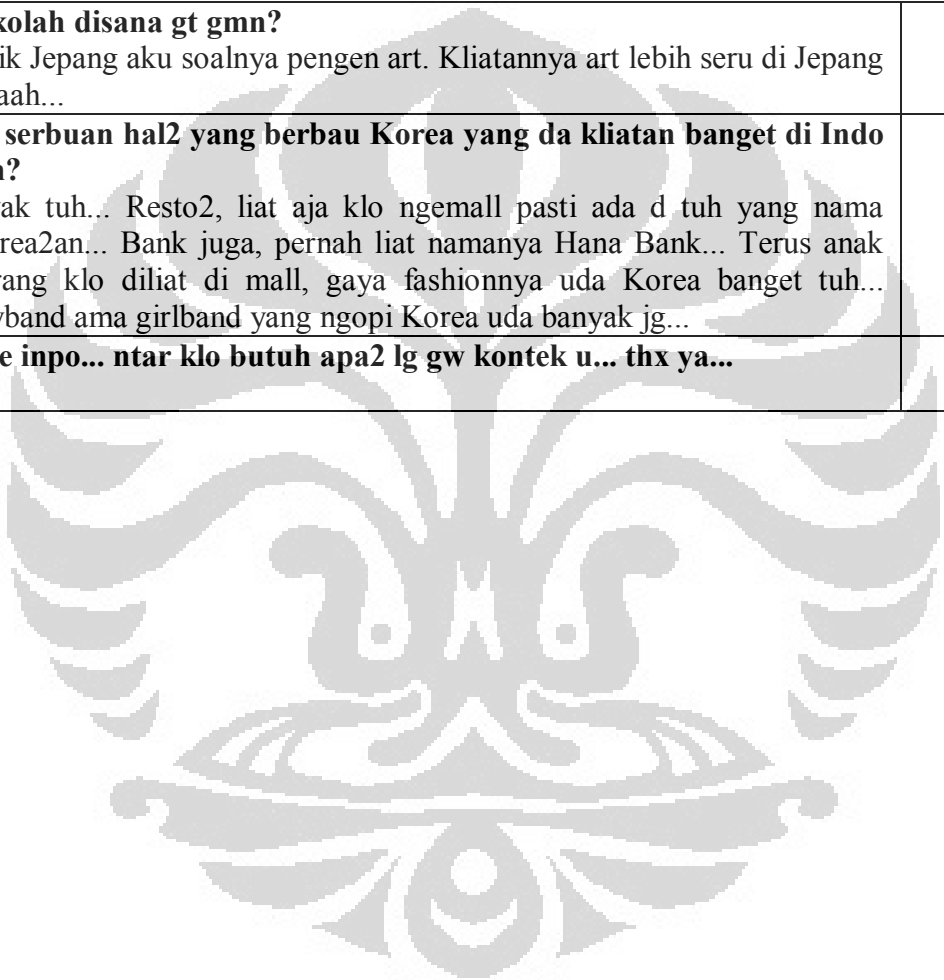
I : Dulu wkt awal2 sih masih suka heboh kyk "woiii gue suka shinee woi" skrg diem aja...nnti jg plg pd tau...haha suka pd gk sengaja liat wallpaper hp ...	K-pop
P : Suka pake pernik2 yg bias u pke gt ga I : Ohh kdg2 suka beliii haha tp gk selalu beli gara2 shinee pk sih, gara2 aku suka jggg	- Beli baju yang Shinee pakai
P : Itu dpt in aksesoris ato pernik2 ny gmn? I : Onlineee~ atau gk beli sendiri pas nemu tokonyaaa	- Beli aksesoris saat ketemu tokonya
P : Nemu tokonya gmn tuh? I : Suka gk sengaja nemu gt kalo misalnya lg pergi, atau gk biasanya aku suka jam yg mrk pake, rata2 kan merk swatch trs ke toko swatch deh ehehe	- Swatch
P : Nah... Itu u bs tw mereka pke merk2 apa gmn? Misal kyk jam swatch gt... Kadang kan jarak di foto contohnya yah kan jauh gt I : Aku suka buka fashion blog jepang sama buka fashion blog yg isinya barang2 artis kpop pake gtttt trs sering bgt nemu dr situuu	- Fashion blog Jepang
P : U masi skola ato uda kul c? I : Sekolaah	- Sekolah
P : Nah... Di sekolah gt, temenan biasa sama penggemar kpop jg ato gmn? I : Ada yg iya ada yg enggaaak banyakan yg enggak tapinyaa	- Teman suka - Teman tidak suka
P : Klo lg gaul sama yg ga gemar k-pop gt, u biasanya bersikap gmn? I : Hahaha kayaknya suka heboh deh kalo udh ngmgin kpop... . .	- Heboh omongin K-pop
P : Ga bareng sama yg ga gemar gmn? Ehhh... Maksudnya 'klo bareng sama yg ga gemar gmn?' I : Biasa aja aku sih, aku kan dasarnya udh heboh orgnya jd ya... Heboh2 aja wkakaa kl udh ada korea2 jg untungnya tmn2ku yg gk suka ngertiin kok, udh biasa . .	- Tipe heboh - Teman mengerti
P : Trus u ikut komunitas korea2 gt ga c? Kyk fanbase gt... I : Kalo jd admin sih iya hahah tp lately kurang begitu aktif gara2 sekolah baru sls exam gt2, @shawolindo hehe	- Shawolindo

	P : hooo... Da jd admin toh... I : Tapi baru bgt kok jd adminnyaaa	
	P : Terus cara behub dg member lain ny dg media apa? I : twitter sama occasionally ada conference di ym!	- Conference YM
	P : Biasanya ngapain aja tuh di komunitas tsb? I : Aku gk pernah ketemu mrk in real life semuanya cuma pernah ketemu 3 orang, salah satunya emg udh tmnku dr dulu hehe wkt itu ktm cuma mau buat urusan project untuk salah satu member shinee, kalo di shawolindo sendiri aku cuma post data gt2 hehe	- Belum bertemu secara real - Bertemu untuk project
	P : Dg gemar k-pop kyk gini, kendala bahasa ny gmn? I : Aku smpt les tp gara2 makan wkt aku jd keluar hahaha kalo sekedar baca hangul bisa hehe tp artinya gk ngerti	- Pernah les bahasa Korea
	P : Itu les ny dmn? I : Di radio dalam! Language corner namanyaaa	- Radio dalam
	P : Brp lama ngeles ny? I : 6 bulan deh kyknyaaa	- 6 bulan
	P : Itu kapan tepatnya? I : Dr juni 2011 sampe around dec 2011 atau jan 2012 gt kyknyaaa	
	P : Tp suka pakai kata2 sederhana korea gt dong? I : Gak pernah pakeee haha tau ajaa	- Tidak pernah pakai bahasa Korea
	P : Terus u biasa dpt inpo2 seputar bias u dr mana aj? I : twitter biasanyaa	- Twitter
	P : Klo forum2 internasional gt gmn? Kyk allkpop ato soompi gt suka brosing ga? I : Dulu msh suka rajin main di forum2 sfi gt2, allkpop udh gk terlalu, soompi kalo terpaksa bgt hahaha suka lebih suka backtrack dr weibo & baiduuu	- Weibo - Baidu
	P : Weibo n baidu bkn ny bhs chinese yah? Kendala msk d 2 web itu ada? I : Iyaa chinese, gk begitu ribet kok hehee kadang2 aku justru suka lebih gk ngerti	- Lebih mengerti Chinese

	website koreaa	
	P : Btw, u koleksi album-album gt ga? I : Iya... tapi kebanyakan Shinee...	- Banyak koleksi album Shinee
	P : Album Shinee lengkap dari awal mereka debut? I : Iyaaa... Cuma Sherlock yang versi Jepang belum beli.	- Belum punya Sherlock versi Jepang
	P : Kira-kira kisaran harganya berapaan tuh? I : 100an keatas tergantung kalo album edisi Jepang 200an keatas sampe 600k	- 200-600ribu
	P : Yang paling mahal yang u punya yang apa n brp harganya? I : Kayaknya yang edisi Jepang klo ga salah 600an, heheheh...	- Punya album Jepang harga 600 ribu.
	P : (ketawa) Versi Jepang mang mahal yah klo di rate ke indo... Terus ada niat buat buka toko onlen gt ga sih? I : Iyaaa... Hahaha... sempet... tapi ga sempet kayaknya jadi gak... hahaha...	- Tidak buka toko online
	P : Klo konser-konser gimana? Nonton terus klo ada artis kpop dateng? I : Ga selalu... hahahah... Shinee yang diprioritaskan... hahaha...	- Prioritas Shinee
	P : Da nonton apa aja mang? I : Aku list down?	
	P : Yup... sebut2in aja... wkwkwkwk... I : Um... Shinee 4x, terus Big Bang, SNSD 2x, f(x), 4 Minute, T-Ara, SuJu, DGNA 2x, Infinite, Z:EA, FT Island, Beast.	- Shinee - Big Bang - SNSD - F(x) - 4 Minute - T-Ara - Super Junior - DGNA - Infinite - FT Island - Beast
	P : DGNA apa tuh?	- Dae Guk Nam Ah

	I : Dae Guk Nam Ah...	
	P : Itu di Indo semua? I : Eh, iya... sama X-5 & Girls' Day... Terus Kim Min Jung eh siapa namanya lupa T T hahaha...	- X-5 - Girls' Day
	P : Kim Hyung Joon I : Pokoknya yang dulunya SS501 hahaha...	- Kim Hyung Joon
	P : Konser yang di luar negeri yang u tonton apa aja? I : Shinee yang pertama kali di Korea itu bareng SNSD, T-Ara, 4 Minute, f(x) di Korea (itu di luar rencana 2-2nya hahaha), Shinee ke 2 di Jakarta, ke 3 & ke 4 di Spore, SNSD ke 2 di Spore barengan Big Bang, DGNA, FT Island, Infinite, Z:EA, Beast & Kimchi Jakarta.	- Korea - Singapore - Jakarta
	P : Itu konser2 di luar, ampe ke Korea segala, emang rencana liburan ato mang diniatin wat konser Shinee? I : Waktu itu ke Korea emang buat liburan, tapi emang berharap at least nonton Shinee, eh taunya beneran... hahaha...	- Liburan ke Korea
	P : Sering nonton konser Korea gitu, n beli album-albumnya, ortu pernah komplain ga sih mengenai duit yang dipake? I : Pernah... ahahahah... tapi so far aku beli-beli Korea seringnya pake uang sendiri, suka nabung. Hahaha... paling diingetin batesin diri gitu2, pernah sekali dimarahin papa tapi bukan yang parah gitu.	- Sekali dimarahi oragntua
	P : Terus klo ada konser di jakarta ampe buka kamar hotel yang sama gt ga c? I : Gaaaak... hahahaha... nyante...	- Tidak buka kamar
	P : Klo jemput di airport gt? I : Pernah... tapi gagal terus males jadinya...	- Gagal jemput idola di airport
	P : Klo nonton konser diluar gt beli tix nya gmn? I : Onlen ato nitip temen gt.	- Tiket online - Titip teman
	P : Keinginan u lebih jauh tentang kpop ini apa c? I : Pengen nonton Arena Tour-nya Shinee di Jepang, hahaha...	- Arena Tour Shinee

	<p>P : Nerusin sekolah disana gt gmn? I : Lebih tertarik Jepang aku soalnya pengen art. Kliatannya art lebih seru di Jepang unik... ahahaah...</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Sekolah Art di Jepang
	<p>P : Menurut u serbuan hal2 yang berbau Korea yang da kliatan banget di Indo apa aja yah? I : Hm... Banyak tuh... Resto2, liat aja klo ngemall pasti ada d tuh yang nama restonya korea2an... Bank juga, pernah liat namanya Hana Bank... Terus anak muda sekarang klo diliat di mall, gaya fashionnya uda Korea banget tuh... Apalagi boyband ama girlband yang ngopi Korea uda banyak jg...</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Resto Korea di Mall - Hana Bank - Fashion - Boyband / Girlband
	<p>P : Syipp... nice inpo... ntar klo butuh apa2 lg gw kontek u... thx ya... I : Sama2!! ^^</p>	



Axial dan selective coding informan 1, 2, 3, dan 4.

Keterangan:

Informan 1 → 1

Informan 2 → 2

Informan 3 → 3

Informan 4 → 4

Awal ketertarikan terhadap K-pop:

- (1) Iseng menonton TV dan terdapat lagu Girls' Generation dan Wonder Girls
- (2) Pengaruh drama Korea: Boys Before Flower
- (3) Diajak teman menonton variety show Korea
- (4) Iseng menonton video musik Korea melalui Youtube

- Informan 1, 2, dan 4 sama-sama mulai menyukai K-pop sejak tahun 2009. Sedang informan 3 mulai menyukai K-pop di tahun 2008.
- Meskipun informan 1, 2, dan 4 menyukai K-pop di tahun yang sama, hal yang mempengaruhi mereka bertiga berbeda-beda. Begitu pun dengan informan 3. Informan 1 menyukai K-pop berawal ketika ia berada di rumah, ia iseng menonton TV kabel yang kemudian menayangkan video musik Girls Generation dan Wonder Girls. Menurutnya musik-musik tersebut sangat lucu dan enerjik. Informan 2 tertarik dengan K-pop ialah karena menyaksikan drama Boys Before flowers. Dan aktor yang ia gemari dalam drama tersebut merupakan seorang personel dari boyband SS501. Informan 3 menyukai K-pop karena diajak temannya untuk menonton sebuah variety

show yang dibintangi oleh Super Junior. Di sinilah informan 3 mulai penasaran mengapa sekelompok pria ini sangat kocak dan ia pun mulai mencari lebih jauh lagi. Sama dengan informan 1, informan 4 juga mengawali ketertarikan atas K-pop karena iseng menonton video musik K-pop. Namun informan 4 ini menontonnya melalui media Youtube.

Kelebihan musik K-pop dibandingkan musik-musik dari negara lain:

- (1) Lebih enerjik
 - (1) Lebih easy-listening
 - (1) Memiliki lirik lagu dengan kata-kata yang lucu
 - (2) Penyanyinya lebih berkharisma
 - (2) Punya warna tersendiri
 - (3) Performa penyanyi yang atraktif ketika menyanyi
 - (3) Fans-service ketika konser
 - (4) Performa yang sangat menghibur dalam reality dan variety show
- Menurut informan 1, kelebihan musik K-pop dibanding musik-musik lain ialah musik K-pop lebih enerjik, lebih easy-listening dan kebanyakan lagu mereka memiliki lirik lagu dengan kata-kata yang lucu. Bagi informan 2, penyanyi K-pop lebih berkharisma karena mereka tampan-tampan dan cantik-cantik. Serta musik K-pop punya warna tersendiri yang berbeda dengan musik-musik biasa. Pendapat informan 3, setiap performa penyanyi K-pop sangat menarik. Dan penyanyi K-pop juga sering memberikan fans-service. Bagi informan 4, penyanyi-penyanyi K-pop memiliki paket yang lengkap. Dapat menghibur dalam reality dan varietyshow.

K-pop sudah menjadi fenomena di Indonesia:

(1) Ya

(2) Ya

(3) Ya

(4) Ya

- Keempat informan setuju bahwa K-pop sudah sedemikian rupa meledak di Indonesia. Informan 1 terkadang merasa risih dengan fans-fans yang terlalu fanatik. Terkadang fans fanatik tersebut terlalu membanggakan Korea dibandingkan Indonesia. Informan 2 mengakui bahwa K-pop sedang booming di Indonesia, tetapi ia merindukan tahun 2009 ketika K-pop masih tenang dan para idolanya bisa dimiliki sendiri. Ia juga suka merasa kesal dengan media-media di Indonesia yang suka memberikan informasi yang salah tentang artis K-pop. Informan 3 pun sependapat bahwa K-pop saat ini booming. Dulu ketika bersama dengan teman lain mereka menjadi heboh sendiri, sekarang menggemari K-pop sudah menjadi wajar. Informan 4 merasa senang saja dengan boomingnya K-pop. Namun ia mengeluhkan dengan boomingnya ini grup-grup Korea aliran musiknya malah menjadi lebih Amerika, dan manajemen artis-artis Korea terkesan sengaja menguras uang penggemar.

Menunjukkan kalau informan penggemar K-pop:

- (1) Tidak
- (2) Ya
- (3) Tidak
- (4) Ya

- Informan 1 dan 3, tidak suka menunjukkan kalau mereka menyukai musik K-pop, entah dengan verbal maupun non-verbal.
- Informan 2 dan 4, menunjukkan kalau mereka adalah fans K-pop secara verbal dan mengenakan aksesoris K-pop.

Hal yang berkaitan dengan K-pop di Jakarta:

- (1) Makanan
- (1) Pakaian
- (1) Events
- (1) Boyband / Girlband
- (1) Produk elektronik
- (1) Produk kecantikan
- (2) Restoran
- (2) Tempat les bahasa
- (2) Bank

- (3) Restoran
- (3) Tempat les
- (3) Bank
- (4) Restoran
- (4) Fashion
- (4) Boyband / Girlband

- Bagi semua informan, hal-hal yang berhubungan Korea sudah terdapat banyak di Jakarta. Dapat dijumpai banyak restoran-restoran Korea di setiap mall. Tempat-tempat kursus bahasa Korea pun telah banyak, bahkan informan 2 menambahkan bahwa sekolahnya pun mengajarkan bahasa Korea. Events yang berkaitan dengan Korea pun banyak diadakan, seperti pekan kebudayaan Korea di sebuah mall. Acara gathering fanbase-fanbase. Video konser artis-artis Korea pun ditayangkan di bioskop terkenal di Jakarta. Bahkan gaya berbusana anak-anak muda Jakarta jaman sekarang lebih berkiblat ke Korea.

Media:

- **Internet**
- **TV**

- Peneliti berpendapat media lah yang merupakan kunci utama penyebaran K-pop karena internet sekarang ini telah sangat instan untuk dikonsumsi oleh khalayak ramai, terutama anak muda. Dan kemudian TV pun demi mencapai rating, banyak menayangkan acara-acara yang digemari, contoh: drama dan program musik Korea.

Komunitas fan-base yang diikuti:

- (1) Tidak ada
 - (2) SJ-World dan forum resmi Jepang-nya Infinite
 - (3) Shawolindo dan fanbase Henry
 - (4) Shawolindo
- Informan 1 tidak mengikuti komunitas fan-base apapun. Ia mendapat informasi K-pop dari situ-situs K-pop saja. Informan 2 masuk forum SJ-World dan Infinite karena memang ia adalah fans kedua grup tersebut. Informan 3 mengikuti fan-base Henry Super Junior. Informan 3 dan 4 sama-sama mengikuti komunitas Shawolindo dan belum lama ini mereka menjadi admin dalam komunitas tersebut.

Mengatasi kendala bahasa:

- (1) Les bahasa Korea
- (2) Otodidak
- (3) Les bahasa Korea
- (4) Les Bahasa Korea

- Informan 1, 3, dan 4 mengikuti lembaga kursus bahasa Korea untuk mengatasi hambatan bahasa dalam mengagumi K-pop, sedangkan informan 2 belum mendapat izin dari orang tua untuk les bahasa tersebut sehingga ia belajar sendiri bahasa tersebut.

Koleksi lengkap album idola:

- (1) Ya
- (2) Ya
- (3) Ya
- (4) Ya

- Semua informan memiliki koleksi yang lengkap untuk album penyanyi K-pop yang mereka kagumi. Bahkan mereka rela merogoh kocek yang cukup dalam untuk memperoleh sebuah album

Menonton konser-konser K-pop:

- (1) Ya
- (2) Ya
- (3) Ya
- (4) Ya

- Keempat informan telah menonton konser-konser K-pop. Namun informan 1 belum pernah menonton konser di luar negeri dikarenakan belum adanya budget. Sebaliknya informan 2, 3, dan 4 telah menonton konser-konser K-pop baik di dalam dan di luar negeri.

Keinginan mengenai K-pop kedepannya?

- (1) Akan kuliah di Korea
- (2) Ingin ke Korea
- (3) Ingin mengikuti fan-meeting artis K-pop di luar negeri
- (4) Ingin menonton konser artis Korea di Jepang

