



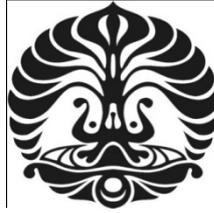
**UNIVERSITAS INDONESIA**

**PEMAKNAAN REMAJA PEREMPUAN KELAS MENENGAH  
DI JAKARTA TERHADAP K-POP**

**SKRIPSI**

**AIS PURNAMA PUTRI  
0906612882**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM SARJANA EKSTENSI  
DEPOK  
JUNI 2012**



**UNIVERSITAS INDONESIA**

**PEMAKNAAN REMAJA PEREMPUAN KELAS MENENGAH  
DI JAKARTA TERHADAP K-POP**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Sosial

**AIS PURNAMA PUTRI  
0906612882**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
KEKHUSUSAN KOMUNIKASI MASSA  
DEPOK  
JUNI 2012**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Ais Purnama Putri

NPM : 0906612882

Tanda Tangan :



Tanggal : 19 Juni 2012

## HALAMAN PENGESAHAN

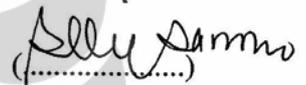
Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Ais Purnama Putri  
NPM : 0906612882  
Program Studi : Komunikasi Massa  
Judul Skripsi : Pemaknaan Remaja Perempuan Kelas Menengah di Jakarta terhadap K-Pop

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

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Billy Sarwono, M.A.



Penguji Ahli : Drs. Lilik Arifin, M.Si



Ketua Sidang : Dra. Askariani B. Hidayat, M.Si



Sekretaris Sidang : Dra. Martini B. Mangkoedipoero, M.Si



Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 2 Juli 2012

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, skripsi ini akhirnya bisa diselesaikan tepat pada waktunya. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sosial jurusan Komunikasi Massa pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Billy Sarwono Atmonobudi, M. A., selaku dosen pembimbing. Terima kasih atas waktu, tenaga, pikiran serta kesabaran untuk mengarahkan saya. Terima kasih untuk pelukan yang selalu menenangkan.
2. Dra. Askariani B. Hidayat M.Si, selaku ketua Program Ekstensi Komunikasi Massa dan ketua sidang.
3. Dra. Martini B. Mangkoedipoero M.Si, selaku sekretaris Program Ektensi Komunikasi Massa dan sekretaris sidang.
4. Drs. Lilik Arifin M.Si, selaku penguji ahli.
5. Kedua orang tua dan adik atas semua dukungan dan kesabarannya.
6. Erva, Whisnu, Karin, Mba Laras yang selalu menyemangati dan mengingatkan dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Mba Raden Ayu Wulantariatas semua bantuan dan masukan
8. Bang Zul atas semua bantuannya dalam proses administrasi.
9. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam penulisan skripsi ini.

Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi di tanah air dan semoga skripsi ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Depok, 18 Juni 2012

Penulis

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

---

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

Nama : Ais Purnama Putri  
NPM : 0906612882  
Program Studi : Komunikasi Massa  
Departemen : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jenis Karya : Skripsi

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:

**Pemaknaan Remaja Perempuan Kelas Menengah di Jakarta terhadap  
K-Pop**

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 mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Depok

Pada Tanggal: 11 Januari 2012

Yang menyatakan,



Ais Purnama Putri

## ABSTRAK

Nama : Ais Purnama Putri  
Program Studi : Komunikasi Massa  
Judul : Pemaknaan Remaja Perempuan Kelas Menengah di Jakarta terhadap K- Pop

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana remaja perempuan kelas menengah di Jakarta memberikan pemaknaan terhadap K-pop.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis, pendekatan kualitatif, *reception studies*, *Encoding-Decoding* Stuart Hall, serta didasarkan pada perkembangan studi pemaknaan dari *seeing is believing* menjadi *believing is seeing*, dalam arti khalayak memaknai sesuatu bukan diawali dari program yang dilihatnya tetapi diawali dengan konteks sosial atau karakter sosial yang sudah ada sebelumnya pada diri mereka.

Hasil penelitian menemukan pemaknaan remaja perempuan kelas menengah terhadap K-pop terkait dengan persepsi awal yang dilatarbelakangi konteks budaya dan *peer group*. Pemaknaan cenderung dominan ketika persepsi awal sejalan dengan nilai dan gaya hidup dalam K-pop. Pemaknaan negosiasi terbentuk ketika faktor eksternal yang melatarbelakangi persepsi awal lebih berperan dibandingkan media.

Kata kunci : budaya populer, pemaknaan, remaja, K-pop.

## ABSTRACT

Name : Ais Purnama Putri  
Major : Komunikasi Massa  
Thesis title : Pemaknaan Remaja Perempuan Kelas Menengah di Jakarta terhadap K-Pop

The aim of this research is to understand the reception of Jakarta middle class teenage girls in K-pop phenomenon.

This research used constructivism paradigm, qualitative approach, reception studies, Stuart Hall's Encoding-Decoding model, and the changing view in reception studies from seeing is believing to believing is seeing, which means the reading process does not start from the program viewing but from the social context or social characters that audiences have had before they watch the program.

The findings show the reception of Jakarta middle class teenage girls in K-pop phenomenon is mostly influenced by their previous perception formed by their cultural and peer group context. Dominant reading occurs when their previous perception suits the values and lifestyles in K-pop. Meanwhile, in negotiated reading the external factors that formed previous perception are more influential than the media itself.

Key words: popular culture, reception, teenage, K-pop.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
BAB IPENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
1.4.1 Manfaat Akademis .....	11
1.4.2 Manfaat Sosial .....	11
BAB I IKERANGKA PEMIKIRAN.....	13
2.1 Reception Studies (Teori Pemaknaan).....	13
2.1.1 Model Encoding-Decoding Hall.....	14
2.1.2 Perkembangan Studi Pemaknaan Khalayak.....	16
2.2 Khalayak Aktif dalam Cultural Studies .....	19
2.3 Dimensi Nilai Budaya Hofstede .....	21
2.4 Remaja dan Peer Group .....	25
2.5 Televisi dan Budaya Pop .....	27
2.6 Fungsi Media Bagi Remaja.....	29
2.7 Asumsi Teoritis .....	31
BAB II METODOLOGI.....	32
3.1 Paradigma Penelitian .....	32
3.2 Pendekatan Penelitian .....	33
3.3 Sifat Penelitian .....	34
3.4 Strategi Penelitian .....	35
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	36

3.6 Unit Observasi dan Unit Analisis.....	37
3.7 Alasan Pemilihan Unit Analisis .....	37
3.8 Proses Analisis Data .....	41
3.9 Kualitas Penelitian .....	43
3.10 Keterbatasan Penelitian.....	45
<b>BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>46</b>
4.1 Profil Informan.....	46
4.2 Diri yang Korea.....	46
4.3 Kegiatan Menonton K-drama.....	50
4.4 Pemaknaan terhadap K-drama .....	52
4.5 Pemaknaan terhadap K-pop .....	55
<b>BAB V DISKUSI DAN KESIMPULAN .....</b>	<b>58</b>
5.1 Diskusi .....	58
5.2 Kesimpulan .....	72
<b>BAB 6 PENUTUP .....</b>	<b>73</b>
6.1 Implikasi Penelitian .....	73
6.1.1 Implikasi Akademis .....	73
6.1.2 Implikasi Sosial.....	74
6.2 Rekomendasi.....	74
6.2.1 Rekomendasi Akademis.....	74
6.2.2 Rekomendasi Sosial.....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>76</b>
<b>LAMPIRAN 1.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>LAMPIRAN 2.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>LAMPIRAN 3.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>LAMPIRAN 4.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>LAMPIRAN 5.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.i</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tayangan K-Drama di Stasiun TV Februari 2012.....	7
Tabel 1.2 Tayangan Musik K-POP di Stasiun TV 2011-2012.....	7



## DAFTAR GAMBAR

Grafik 2.1 Perbandingan Dimensi Nilai Budaya Hofstede pada masyarakat Indonesia dan Korea Selatan .....	23
---	----



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada era 1990-an, budaya pop di Asia masih berkiblat pada budaya pop Amerika dan Eropa. Idola pop remaja masih didominasi *boyband* dan *girlband* seperti Backstreet Boys, N-Sync, Westlife, Spice Girls dan penyanyi solo seperti Britney Spears dan Christina Aguilera. Namun, satu dekade terakhir kiblat budaya pop Asia tampaknya mulai bergeser. Korea Selatan, salah satu negara di semenanjung Asia Timur muncul sebagai kekuatan baru dalam peta penyebaran budaya pop dunia, dan berhasil menempatkan dirinya sebagai negara pengimpor kebudayaan ketiga terbesar di dunia setelah Amerika dan Jepang (Sari: 2012). *Korean Wave* yang dalam bahasa Korea disebut *Hallyu* telah membuat dunia tersihir dengan budaya populer Korea.

*Hallyu* merupakan terminologi yang mengacu pada peningkatan popularitas dan penyebaran budaya pop Korea ke seluruh dunia. Terminologi ini pertama kali digunakan pada 1999 oleh jurnalis Beijing untuk menggambarkan naiknya popularitas budaya Korea di Cina (Kim, 2007: 15). Mark Ravina (2009) dalam essay yang berjudul *Introduction: Conceptualizing the Korean Wave* menyebutkan bahwa *Korean Wave (Hallyu)* mengacu pada kemunculan budaya Korea yang dimulai pada 1990-an di Asia Tenggara dan hingga kini terus berlanjut ke Amerika Serikat, Amerika Latin, Timur-Tengah dan sebagian Eropa.

*Korean Wave (Hallyu)* terdiri dari dua bentuk utama yaitu, *Korean Drama* (K-Drama) dan *Korean Pop* (K-Pop). Beberapa ahli memberikan definisi lain terhadap *Korean Wave*, Ko, Kang, Lee, dan Ha (2005) mendefinisikan *Korean Wave* sebagai “*enthusiastic preference for Korean popular culture*”, Sin (2002) mendefinisikannya sebagai “*a phenomenon of popularity of Korean culture in East Asia including pop music, dramas, cinema, plays, fashion, cuisine, games, and animation*”, dan Chun (2002) mendefinisikannya sebagai “*love of Korean celebrities by the youngsters of China, Hong Kong, Taiwan, Japan, Vietnam, and Mongolia*” (Lee, 2009: 129-130).

Pada awalnya *Korean Wave* muncul sebagai budaya tandingan untuk

melawan budaya pop Amerika dan Jepang yang menguasai pasar Korea dan Asia. Setelah berhasil merebut pasar domestik, budaya pop Korea kemudian menyebar ke seluruh dunia dan menimbulkan demam Korea di seluruh penjuru dunia.

Indonesia sebagai salah satu negara di Asia Tenggara yang memiliki kedekatan geografis dengan Korea Selatan adalah negara yang tidak luput dari penyebaran *Hallyu*. Popularitas budaya pop Korea di Indonesia memang meningkat tajam terutama dalam dua tahun terakhir sejak demam K-Pop melanda Indonesia. Sesuai dengan pernyataan Menteri Kebudayaan Korea Selatan, Choe Kwang-shik (2012) yang menyebutkan bahwa, "*The first hallyu was led by Korean dramas and the second by K-pop.*" Perkembangan *Hallyu* di Indonesia dapat dibagi ke dalam dua gelombang besar (Utari: 2012). Yang pertama dimulai pada 2002, ketika K-Drama *Endless Love* ditayangkan di Indosiar dan meraih kesuksesan luar biasa. Banyak remaja putri dan ibu-ibu rumah tangga menjadi penonton setia dari K-Drama ini. Kesuksesan *Endless Love* disusul oleh kesuksesan K-Drama lainnya seperti *Winter Sonata*, *Full House*, *My Name is Kim San Soon*, *Jewel in The Palace* dan *Boys Over Flower*. Kesuksesan drama-drama ini terus berlanjut hingga kini, terbukti dengan seringnya K-Drama ditayangkan di stasiun TV nasional dan lokal. Indosiar, B-Channel dan O-Channel adalah stasiun TV yang hingga sekarang masih sering menayangkan K-Drama.

Kesuksesan K-Drama di Indonesia tidak dapat dipungkiri karena para pemainnya yang rupawan dengan penampilan yang nyaris tanpa cela. Namun, di luar itu semua kemasan cerita yang menarik adalah salah satu kekuatan K-Drama yang membuatnya demikian populer di kalangan penonton Indonesia. Nilai-nilai tradisional dan keseharian masyarakat Korea yang ditampilkan sedemikian rupa, dipadukan dengan keindahan alam dan budaya Korea adalah ciri khas yang akan selalu kita temukan dalam setiap K-Drama. Drama Korea memang selalu menampilkan tema-tema yang dekat dengan penonton Asia, seperti tema keluarga, percintaan, penghormatan kepada orang tua dan nilai-nilai Confusianisme (Ryoo: 2007, 140). Hal inilah yang membuatnya mudah diterima di kalangan penonton Asia tidak terkecuali Indonesia.

K-Drama di Indonesia adalah pembuka jalan bagi masuknya budaya pop Korea lainnya yaitu K-Pop. Hal ini dikarenakan sebagian besar para aktor yang

bermain di K-Drama adalah penyanyi solo atau anggota *boyband/girlband*, yang seringkali juga membawakan *soundtrack* dari drama yang dibintanginya. Oleh karena itu, kepopuleran K-Drama kemudian diikuti kepopuleran musik K-Pop. Masuknya musik K-Pop pada awal 2010 menandai gelombang kedua penyebaran *Hallyu* di Indonesia. Hal ini ditandai dengan meningkatnya popularitas bintang-bintang K-Pop hingga sekarang. Super Junior (SUJU), SNSD, 2NE1, SHinee, 2 PM, 2 AM adalah beberapa bintang K-Pop yang ikut menyebarkan demam *Hallyu* di Indonesia dan berhasil membuat ribuan remaja Indonesia 'tergila-gila' pada segala hal yang berbau Korea. Bens Leo (2011), seorang pengamat musik tanah air, menyebutkan bahwa kekuatan utama musik K-Pop terletak pada dua unsur utama yaitu *fashion* dan musik. Oleh karena itu, musik K-Pop biasanya mengusung *dance music*, beraliran hiphop, kadang diselingi unsur rap, serta unsur koreografi dan kostum menarik. Ketampanan atau kecantikan ragawi lebih berperan dibandingkan kualitas musik.

Kepopuleran *Hallyu* di seluruh dunia tentunya tidak akan terlepas dari peran media massa. Penyebaran *Korean Pop Culture* ke seluruh penjuru dunia adalah lewat media massa, dan yang terbesar lewat jaringan internet dan televisi (Sari, Putri Wulan: 2012). Di Indonesia sendiri penyebaran *Hallyu* salah satunya dipengaruhi oleh stasiun TV yang cukup intens dalam menampilkan tayangan serba Korea, mulai dari K-Drama dan belakangan ini musik K-Pop. Bahkan beberapa waktu terakhir ini, baik stasiun TV nasional dan lokal seolahberlombalomba menayangkan program bertema Korea. Indosiar yang sejak awal memang paling sering menayangkan K-Drama, belakangan juga mulai menayangkan tayangan musik K-Pop yaitu *Music Bank*. Tayangan ini adalah salah satu acara musik populer di Korea yang menampilkan pertunjukan langsung bintang-bintang K-Pop yang sedang naik daun serta tangga lagu K-Pop di Korea. Bahkan dalam waktu dekat ini Indosiar akan menayangkan acara pencarian bakat *Galaxy Superstar* yang bekerjasama langsung dengan agensi terkenal Korea yang telah berhasil mengorbitkan banyak bintang K-Pop. Tidak hanya Indosiar, SCTV juga mulai melirik budaya pop Korea. Setelah menayangkan program musik *K-Pop Chart* yang berisi penampilan langsung dan tangga lagu, baru-baru ini SCTV juga menayangkan program baru *K-Pop Vs I-Pop*. Tidak tanggung-tanggung dalam

acara ini ditampilkan *boyband/girlband* yang didatangkan langsung dari Korea. TV lokal seperti O-Channel juga memiliki tayangan musik Korea yaitu *Top K-Pop* yang khusus memutar video klip musisi Korea. Tidak hanya TV, stasiun radio U-FM bahkan juga memiliki program khusus yang dibawakan dengan bahasa Korea dan selama satu jam penuh memutar lagu-lagu K-Pop.

Meningkatnya popularitas *Hallyu* di Indonesia tentunya memiliki dampak tersendiri di tengah masyarakat Indonesia. Salah satunya adalah meningkatnya keinginan masyarakat untuk mengonsumsi segala sesuatu berbau Korea, mulai dari gaya berpakaian hingga gaya rambut. Sejumlah salon ternama di Jakarta bahkan menawarkan gaya rambut K-Pop kepada pelanggannya (Kompas, 15/01/12). Popularitas makanan serta seni dan budaya tradisional Korea juga ikut meningkat seiring meningkatnya popularitas budaya pop Korea. Restoran Korea hingga super market khusus yang menjual bahan makanan Korea mulai banyak bermunculan. Demikian juga tempat-tempat kursus bahasa Korea, bahkan Pusat Budaya Korea di Jakarta sempat kebanjiran pendaftar yang ingin belajar bahasa Korea (Figge: 2011). Dari sini dapat dilihat bahwa demam *Hallyu* telah masuk hampir ke semua aspek kehidupan kita.

Keberhasilan penyebaran *Hallyu* memang tidak terlepas dari campur tangan pemerintah Korea Selatan, tidak hanya dengan sokongan dana yang besar tapi juga kebijakan pemerintah yang sengaja dibuat untuk mendukung penyebaran budaya Korea ke seluruh dunia. Jung-Sun Park, profesor dari California State University dalam bukunya yang berjudul *Korea at the Center: Dynamics of Regionalism in Northeast Asia*, menyebutkan bahwa setelah pulih dari krisis ekonomi, pada tahun 2000-an pemerintah Korea Selatan siap untuk kembali memposisikan dirinya di kancah internasional dan *Hallyu* adalah simbol dari posisi baru tersebut. Sementara itu, Profesor Jung-Bong Choi dari NYU's Tisch School of the Arts (2010) menyebutkan bahwa "*Hallyu has become a 'sort of circus,' with 'a lot of economic interests involved. So hallyu in some ways, he implied, 'was orchestrated by the state.'*"

Apa yang dilakukan pemerintah Korea melalui penyebaran budaya pop merupakan salah satu upaya membangun posisinya secara internasional melalui *soft power*.

*When a country does not possess enough hard power and hard power resources such as military and economic capabilities, the country may or should consider soft power and soft power resources as an alternative means to achieve certain domestic and foreign political and economic goals. Particularly for countries that have already climbed the hierarchical ladder of the international power structure, soft power can be a very important tool for diplomacy (Lee, 2009: 123-124).*

Tidak dapat dipungkiri bahwa *Korean Wave* telah memberikan banyak dampak positif bagi Korea, mulai dari membaiknya hubungan luar negeri dengan negara-negara tetangga, meningkatnya keuntungan di sektor swasta dan secara keseluruhan meningkatnya *image* Korea di dunia internasional (Lee, 2011: 89). Hal ini menunjukkan kejelian pemerintah Korea dalam memanfaatkan budaya populernya sebagai *soft power* yang tidak hanya sekadar mendatangkan keuntungan dari segi ekonomi dengan tujuan untuk memantapkan posisinya sebagai kekuatan ekonomi baru dunia namun sekaligus untuk *rebranding the nation image*. Korea Selatan yang selama ini lebih dikenal sebagai negara yang sering terlibat konflik dengan negara tetangganya Korea Utara dan memiliki hubungan yang kurang harmonis dengan negara-negara tetangga di Asia perlahan tapi pasti telah memunculkan *image* yang lebih positif di mata dunia. Seperti yang dikemukakan Doobo (2006: 30),

*"... the country has had some diplomatic frictions with its neighbors in the past decades. The Vietnamese still vividly remember that Korean soldiers fought against their Liberation Army during the Vietnam war. The Taiwanese have felt betrayed by Korea ever since Seoul suddenly severed its diplomatic relations with Taipei in order to establish new ties with Beijing in 1992. In this respect, Korean pop stars have contributed to improving Korea's foreign relations. In one instance, Korean actor Jang Dong-gun and actress Kim Nam-ju enjoy such popularity in Vietnam that the Vietnamese have even labelled them their 'national' stars. The then Korean president, Kim Dae Jung, even invited the pair to the dinner he hosted for Vietnamese President Tran Duc Luong when the latter visited Korea on 23 August 2001 (Australian, 2002). BoA, who made the cover of the French Le Monde in July 2002 as an icon of cultural exchange between Korea and Japan, were invited to the two countries' summit conference in June 2003 in Tokyo; Japan was responsible for a brutal occupation of Korea during the period between 1910 and 1945 (Macintyre, 2002).*

Melalui *Korean Wave* pemerintah Korea telah berhasil mengubah persepsi

masyarakat dunia tentang Korea baik dari segi politik, ekonomi, dan sosial (Lee, 2011: 89-90). Pada akhirnya Korea memang berhasil, tidak hanya muncul sebagai kekuatan baru ekonomi dunia tapi juga sekaligus menjadi pusat kebudayaan populer dunia. Melalui penyebaran *Hallyu* ke seluruh penjuru dunia, Korea Selatan telah berhasil membentuk 'komunitas' global yang 'Korea sentris' yang tidak hanya menyukai K-Drama dan K-Pop, tapi juga *gadget*, makanan, mobil, seni-budaya, bahasa, kota-kota, keindahan alam, dan segala sesuatu berbau Korea (Yuswohady: 2011).

## 1.2 Identifikasi Masalah

Fenomena *Hallyu* adalah salah satu dampak dari globalisasi. Seperti yang diungkapkan Nugroho (2011), globalisasi budaya pop Korea atau yang lebih dikenal dengan *Hallyu* ini berhasil mempengaruhi kehidupan masyarakat dunia, terutama kaum muda dalam beberapa waktu terakhir.

Meningkatnya popularitas *Hallyu* yang diikuti dengan popularitas segala hal berbau Korea di kalangan remaja, menyajikan sisi menarik untuk dikaji dan dicermati terutama pada level individu, khususnya remaja perempuan penggemar K-pop. Dalam artian mencermati bagaimana para remaja ini dengan berbagai sumber daya interpretasi yang dimilikinya memberi makna terhadap teks-teks budaya pop Korea berupa K-Drama dan musik K-pop yang mereka konsumsi melalui televisi yang merupakan salah satu media utama dalam penyebaran K-pop.

Remaja di Indonesia khususnya remaja perempuan seperti halnya jutaan remaja di seluruh dunia memang tidak luput dari kedahsyatan fenomena *Hallyu*. Hal ini tidak patut dipungkiri karena adanya dukungan media massa. Dua tahun terakhir media massa di Indonesia khususnya media elektronik gencar menampilkan tayangan K-pop, mulai dari stasiun televisi, radio hingga perusahaan telekomunikasi yang ikut-ikutan menyediakan RBT (*Ring Back Tone*) lagu-lagu K-pop (Lasido, 2011). Hal ini menunjukkan tingginya konsumsi budaya pop Korea oleh khalayak Indonesia. Berikut adalah data tayangan K-Drama dan K-Pop yang ditayangkan di stasiun TV Indonesia.

**Tabel 1.1 Tayangan K-Drama di Stasiun TV Februari 2012**

<b>Hari dan Jam Tayang</b>	<b>Judul Drama</b>	<b>Stasiun TV</b>
Senin-Jumat 10:00	Boys Before Flowers	ANTV
Senin-Jumat 12:00	Dong Yi Jewel in the Crown	Indosiar
Senin-Jumat 13:30	The Thorn Birds	Indosiar
Senin-Jumat 15:00	Heartstring	B-Channel
Senin-Jumat 16:30	City Hunter	Indosiar
Senin-Jumat 19:30	Couple or Trouble	O-Channel
Senin-Jumat 20.00	The Duo	O-Channel
Sabtu-Minggu 20.30	Lovers in Paris	O-Channel
Sabtu-Minggu 22:00	Love Story in Harvard	JakTV

Sumber: <http://tvguide.co.id/daftar-jadwal-acara/all>, <http://www.pelangidrama.net/2012/02/news-korean-drama-on-tv-this-week-mulai.html>

**Tabel 1.2 Tayangan Musik K-POP di Stasiun TV 2011-2012**

<b>Hari dan Jam Tayang</b>	<b>Program</b>	<b>Stasiun TV</b>
Rabu 08:30	Deringnya KPOP	Trans TV
Senin-Jumat 14:00 Minggu 20:00	I-Music Asian Hits	Banten TV
Senin-Jumat 17:00	Hot Hits Teen "KPop"	CTV Banten
Sabtu-Minggu 12:00	Music Bank	Indosiar
Sabtu 16:00	IPOP	SCTV
Sabtu-Minggu 19:30	TOP KPOP	O-Channel

Sumber: <http://www.jadwaltv.net/artikel/45/new-program-music-bank-indosiar.html>,  
<http://www.lautanindonesia.com/forum/index.php?topic=96554.0>

Banyak pengamat mengemukakan bahwa ketertarikan para penonton terhadap K-Drama dikarenakan kemampuannya untuk memadukan tema keluarga, percintaan, bela diri, perang, dan bisnis serta menampilkannya dalam hubungan percintaan yang lembut, penuh makna, dan emosional, bukan sensual. Hal inilah yang membuat banyak khalayak perempuan menyukai tayangan K-Drama. Tidak hanya itu, dramatisasi "perasaan Asia", termasuk nilai-nilai keluarga dan tradisional yang penuh kelembutan membuat K-Drama dapat diterima oleh beragam penonton di negara-negara Asia. Namun, yang paling menarik perhatian penonton Asia dari tayangan K-Drama adalah gaya hidup dan tren yang ingin mereka tiru (Korean Culture and Information Service, 2011: 72).

Sementara itu, musik K-pop memegang peranan dalam tren fashion. Penampilan tanpa cela dan selera fashion para penyanyi K-pop ditiru banyak fans remaja di seluruh dunia. Bintang K-pop menyebarkan tren fashion Korea ke seluruh Asia dan negara lainnya. Poster-poster bergambar bintang K-pop menghiasi dinding-dinding toko-toko pakaian di Jepang, Cina dan Asia Tenggara. Majalah-majalah juga dipenuhi dengan tren pakaian terbaru dari dunia K-pop (Korean Culture and Information Service, 2011: 62).

Oleh karena itu, meningkatnya demam Korea di kalangan remaja perempuan tidak dapat dipisahkan dari keberadaan para bintang K-pop. Baoden menyebutkan bahwa *"pop stars, equally, are influential figures in popular culture"*. Bintang K-pop sebagai salah satu 'agen' penyebaran budaya pop Korea yang sering ditampilkan di media seringkali juga menjadi panutan bagi para penggemar K-pop (Baoden, 2006: 209). Hal ini membuat segala sesuatu yang terkait dengan bintang K-pop idola mereka seperti kebudayaan negeri asal mereka yaitu Korea Selatan, menjadi standar nilai untuk mengidentifikasi dan memaknai diri bagi remaja penggemar K-pop. Maka tidak mengherankan jika Lee (2009, 130) mengatakan *"the enthusiasm for Korea's popular culture produced by the Korean wave naturally led to a mass consumption of symbols and ideas relating to Korea"*. Sejalan dengan pendapat tersebut Huybrechts (n.d.: 4) menegaskan bahwa *"Korean pop idols are the key element to attract international attention to other commercial sectors in Korea"*. Oleh karena itu, bintang pop Korea memiliki

pengaruh yang besar dalam membentuk *consumer culture*, termasuk di dalamnya makanan, *fashion*, *make-up* hingga operasi plastik (Doobo, 2006: 29).

Fenomena yang tampaknya terjadi di tengah masyarakat memang sejalan dengan apa yang dikemukakan para pengamat tersebut, masyarakat khususnya para remaja pada akhirnya berusaha untuk meniru gaya hidup dan tren yang ditampilkan dalam tayangan K-pop (drama dan musik) yang mereka konsumsi melalui media massa khususnya televisi. Salah satu contohnya adalah Dewi (23 tahun) yang sebelumnya tidak pernah mengubah rambut hitamnya yang lurus panjang hingga pinggang. Namun, setelah menggemari K-pop dia memotong rambutnya dan mengecatnya menjadi coklat serta membuat ikal ujung rambutnya seperti gaya rambut artis top Korea (Kompas 15/12/2012). Apa yang dilakukan oleh Dewi adalah salah satu gambaran dari fenomena K-pop yang terjadi di Indonesia. Dewi mungkin hanya satu dari sekian banyak remaja di Indonesia, yang mengubah penampilannya agar terlihat lebih 'Korea'. Tidak mengherankan memang karena di usia yang merupakan masa transisi dari anak-anak menuju masa dewasa, pembentukan identitas remaja umumnya terbentuk dari kesukaannya terhadap sesuatu. Salah satunya adalah dengan mengidentifikasi diri pada tokoh yang dianggapnya sebagai idola yang umumnya ditampilkan di media massa. Hal ini diwujudkan dengan meniru tingkah laku, kebiasaan dan apa yang dipakai oleh idolanya tersebut. Jadi tidak mengherankan jika di tengah-tengah fenomena K-pop di Indonesia, banyak remaja berdandan ala bintang K-Pop, berpakaian sesuai tren fashion K-pop dan model rambut bergaya Korea, *nongkrong* di restoran Korea dan menggunakan *gadget-gadget* canggih produksi Korea. Tidak hanya sebatas itu fenomena K-pop membuat banyak remaja jadi tertarik untuk mempelajari kebudayaan Korea. Menurut Shim (2006: 29) kegilaan penggemar K-Pop terhadap budaya pop Korea akhirnya mendorong mereka untuk belajar bahasa Korea dan mengunjungi Korea (SBS, 2001).

Ketika para remaja perempuan penggemar K-pop sudah terasuki oleh nilai-nilai, perilaku, dan gaya hidup Korea yang termanifestasi dalam K-pop maka dampak kultural dan ekonomisnya akan luar biasa, terutama pada para remaja yang berasal dari kelas menengah dan tinggal di Jakarta. Sudah bukan rahasia umum jika masyarakat kelas menengah adalah masyarakat yang konsumtif serta

selalu berusaha mengikuti tren. Sesuai dengan stratifikasi masyarakat urban menurut Wijanarko (2010) lapisan menengah adalah masyarakat yang generasi mudanya memiliki pendidikan tinggi walaupun secara finansial lebih rendah dari lapisan elit (Wijanarko, 2010). Jakarta sebagai pusat ekonomi dan pemerintahan juga telah menjelma sebagai 'surga' yang memanjakan semua keinginan mereka dengan banyaknya tempat yang menyediakan beragam produk Korea mulai dari restoran, toko baju dan aksesoris, tempat les hingga pusat kebudayaan Korea. Para remaja perempuan ini pada akhirnya menjadi penikmat segala sesuatu yang '*made in Korea*', mulai dari produk fashion, kosmetik, makanan, alat elektronik, mobil hingga *gadget*. Sesuai dengan istilah yang dikemukakan oleh Yuswohady (2011) mereka telah menjadi komunitas yang 'Korea-sentris'.

Hal inilah yang kemudian menjadi perhatian peneliti sekaligus identifikasi masalah dalam penelitian ini, yaitu bagaimana sebenarnya para remaja ini memaknai K-pop sehingga mereka begitu menyukai segala sesuatu yang berhubungan dengan Korea. Berbicara tentang pemaknaan tentunya tidak akan terlepas dari banyak faktor, terutama faktor-faktor yang mendasari terbentuknya pemaknaan tersebut. Meningkatnya popularitas K-pop di Indonesia, tidak dapat dipungkiri berawal dari tayangan K-pop (baik K-drama maupun musik K-pop) di TV. Bahkan ada stasiun TV nasional yang memberikan slot khusus untuk tayangan K-pop. Media massa memang memiliki kemampuan mengundang perhatian khalayak untuk menyimak berbagai hal yang ditampilkannya, termasuk di dalamnya tayangan K-pop yang sarat dengan nilai dan gaya hidup Korea. Namun, perlu dicermati pula bahwa khalayak media yang dalam hal ini adalah remaja perempuan merupakan khalayak aktif yang memiliki sumber daya interpretatif sehingga tidak serta merta menerima apa yang ditampilkan oleh media massa. Oleh karena itu untuk memahami fenomena K-pop yang terjadi di kalangan remajaperempuan, kita tidak dapat hanya melihat dari peran media dalam mempopulerkan K-pop. Namun, yang lebih penting adalah mengkajinya dari sisi khalayak, yaitu bagaimana sebenarnya mereka memaknai nilai dan gaya hidup yang dibawa oleh K-pop tersebut.

Berdasarkan pemaparan masalah di atas, maka dalam penelitian ini peneliti ingin melihat bagaimana sebenarnya remaja perempuan kelas menengah di Jakarta memaknai K-pop yang ditampilkan di televisi.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Mengacu pada pemaparan latar belakang, identifikasi masalah dan pertanyaan penelitian di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana remaja perempuan kelas menengah memaknai K-pop yang ditampilkan di televisi.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan sebuah analisis yang relevan yang diharapkan dapat memperkaya studi komunikasi mengenai pemaknaan remaja dan budaya populer. Penelitian mengenai pemaknaan dan budaya populer sebelumnya telah pernah dilakukan oleh Endang Setiowati (2008). Namun, tesis tersebut lebih membahas budaya pop Jepang dan lebih dikaitkan dengan hegemoni budaya. Selain itu, penelitian tentang pemaknaan remaja juga pernah dilakukan Erni Herawati (2005). Namun, sama dengan tesis lainnya penelitian ini membahas budaya pop Jepang yaitu manga shonen. Maka dari itu, berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang lebih banyak membahas pemaknaan terhadap budaya pop Jepang, penelitian ini akan membahas tentang pemaknaan remaja terhadap budaya pop Korea yang saat ini tengah menjadi fenomena di Indonesia namun belum banyak dikaji dalam penelitian akademis.

#### **1.4.2 Manfaat Sosial**

Disadari atau tidak media massa seringkali menjadi wadah 'penyebaran' budaya populer. Melalui teks-teks populer ini, media massa ikut menyebarkan nilai-nilai dan gaya hidup tertentu sehingga mengubah gaya hidup masyarakat. Salah satu contohnya adalah pola belanja masyarakat menjelang tahun baru. Sejak setahun terakhir, makanan dan bahan makanan import menjadi pilihan favorit konsumen sebagai menu tahun baru sekalipun harganya relatif lebih mahal.

Misalnya saja Natalia (27) yang biasa membeli kacang tanah berbumbu madu atau kacang oven biasa untuk menu cemilan tahun baru, kini lebih memilih kacang wasabi, mi ramen, dan wafel kering yang harganya tiga kali lebih mahal. Alasan Natalia memilih makanan import dikarenakan beberapa hal, mulai dari rasa yang lebih enak, lebih sehat dan adanya kepuasan tersendiri (Kompas 29/12/11). Maka dari itu, makan sekarang sudah tidak lagi sekadar untuk membuat perut kenyang namun juga berkaitan dengan masalah gengsi. Hal inilah yang membuat banyak orang seperti Natalia yang tidak keberatan untuk merogoh kocek lebih dalam untuk sekadar membeli cemilan tahun baru.

Fenomena di atas sebenarnya menunjukkan bagaimana pemaknaan individu terhadap makanan telah berubah dari sekadar kebutuhan menjadi keinginan untuk mengikuti tren. Perubahan ini tentunya dipengaruhi oleh media yang menunjukkan bahwa makan bukan lagi sekadar kebutuhan. Namun bagaimana individu akhirnya memaknai makanan menjadi seperti apa yang media 'gambarkan' adalah hal yang mendasari perubahan gaya hidup tersebut. Hal inilah yang akhirnya menentukan mengapa sebagian orang menjadikan kacang wasabi sebagai menu wajib akhir tahun sedangkan yang lainnya tidak. Dengan melihat bagaimana pemaknaan individu terhadap suatu gaya hidup yang ditampilkan di TV, kita akan memperoleh gambaran bagaimana suatu fenomena dapat terjadi di tengah masyarakat.

Maka dari itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada masyarakat mengenai fenomena K-pop di tengah remaja Indonesia. Dengan memahami bagaimana sebenarnya pemaknaan remaja terhadap K-pop masyarakat dapat lebih memahami fenomena yang saat ini sedang terjadi di tengah mereka.

## BAB II KERANGKA PEMIKIRAN

### 2.1 Reception Studies (Teori Pemaknaan)

*Reception studies* adalah salah satu kajian utama dalam *Cultural Studies*. Dalam *cultural studies*, khalayak memiliki arti sangat penting. Baik media maupun khalayak memiliki kekuatan yang sama dan hubungan antara media dan khalayak inilah yang menghasilkan makna dan membentuk suatu budaya (Straubhar & LaRose, 2002: 56). Dari sudut pandang ini khalayak dianggap aktif, yaitu aktif dalam mengkonstruksi makna.

*Reception studies* mencoba menjelaskan bagaimana khalayak mengkonstruksikan makna dari isi media yang biasa disebut sebagai teks. Pendekatan ini berasumsi bahwa makna media adalah sesuatu yang tidak kaku. Teks media hanya memiliki makna ketika terjadi momen resepsi, yakni ketika media dibaca, dilihat, atau didengarkan dan makna dari teks media itu sendiri tidak tetap, mereka dikonstruksikan oleh khalayak. Konstruksi makna itu terjadi melalui interpretasi terhadap teks media (Croteau & Hoynes, 2000: 263). Dalam *reception analysis* makna terbentuk dari interaksi antara teks dengan khalayak media. Teks media dalam konteks ini mencakup film, televisi dan media cetak.

Hagen & Wasko (2000: 8) menjelaskan bahwa inti dari beberapa konsep dalam analisis resepsi adalah proses *decoding*, interpretasi dan pembacaan. Di sini konstruksi pemaknaan bukan merupakan pengaruh media tapi merupakan proses pemaknaan yang menghubungkan khalayak dengan teks media (Sarwono, 2004: 26). Oleh karena itu, teori ini melihat khalayak sebagai produser makna dan bukan hanya sebagai pengonsumsi isi media. Mereka men-*decode* atau memberikan makna pada teks media dengan cara menghubungkannya dengan lingkungan sosial dan budaya mereka dan dengan cara bagaimana mereka memberikan makna pada keadaan lingkungan mereka. Dari sudut pandang ini, penelitian resepsi ingin meneliti perbedaan cara khalayak memberikan makna pada suatu teks media yang sama.

Pada studi resepsi beberapa faktor kontekstual mempengaruhi cara pemaknaan oleh khalayaknya, seperti identitas atau latar belakang khalayak

seperti gender, ras, tingkat pendidikan, umur, pekerjaan, situasi dimana khalayak sebelum membaca teks dan lain-lain. Latar belakang ini secara langsung turut membangun kehidupan individu khalayak dan pengalamannya bersama media. Dalam hal ini dapat dilihat bahwa terdapat hubungan antara latar belakang khalayak dengan bagaimana ia memaknai pesan yang diberikan media (Croteau & Hoynes, 2000: 268).

Secara umum, studi ini menerangkan bagaimana orang dengan latar belakang budaya dan sejarahnya memberikan makna pada teks media tertentu sehingga membuat isi media tersebut menjadi berarti, cocok, dan dapat diakses oleh mereka.

### 2.1.1 Model Encoding-Decoding Hall

Model encoding-decoding dikemukakan oleh Stuart Hall pada 1973. Objek dari model ini adalah makna dan pesan dalam bentuk tanda yang diproses melalui pengoperasian kode dalam rantai wacana.

Dua dasar dari pendekatan *encoding-decoding* (McQuail & Windhal, 1996: 146-147) adalah:

- a. Komunikator memilih untuk men-*decode* pesan untuk tujuan tertentu serta memanipulasi bahasa dan media guna mencapai tujuan pesan tersebut (pesan media diberikan sebagai '*preferred reading*').
- b. Penerima tidak diharuskan menerima atau men-*decode* pesan sebagaimana yang dikirimkan namun dapat melawan pengaruh ideologis dengan menerapkan cara pemaknaan yang berlainan atau berlawanan sesuai dengan pengalaman dan sudut pandang mereka.

Melalui model *encoding-decoding* dapat diketahui bahwa struktur makna (*meaning structure*) satu dan struktur makna dua kemungkinan tidak sama. Kode *encoding* dan *decoding* kemungkinan juga tidak sejajar. Derajat simetrisnya akan tergantung dari derajat simetri dan asimetri yang dibangun antara *decoder/receiver* dan *encoder/producer*. Derajat asimetri di sini adalah derajat pengertian dan salah pengertian dalam pertukaran komunikasi (Durham & Kellner, 2002: 173).

*Decoding* adalah proses melalui mana audiens menggunakan pengetahuan mereka secara implisit tentang teks dan nilai-nilai budaya guna menginterpretasikan teks media. *Decoding* berkaitan dengan kapasitas subyektik untuk menghubungkan tanda tersebut dengan tanda lainnya. Model ini memberikan fokus pada hubungan antara pesan media yang di-*encode* oleh *producer* dan cara pesan tersebut diinterpretasikan atau di-*decode* oleh khalayak. Berdasarkan model ini, khalayak akan men-*decode* pesan suatu teks dengan menggunakan pengetahuan dan nilai-nilai budaya yang mereka miliki serta mengaitkannya dengan lingkungan secara menyeluruh. Namun, apa yang di-*encode* oleh pembuat teks tidak selalu simetri dengan apa yang di-*decode* oleh khalayaknya.

Namun demikian khalayak tidak bisa men-*decode* pesan semauanya karena teks media memiliki batasan interpretasi, seperti yang dikatakan Hall, (Hagan & Wasko, 2000: 19) "*Encoding will have the effect of constructing some of the limits within which decoding will operate.*" Karena *encoding* akan memiliki efek membangun batasan interpretasi maka menurut Hall akan ada tiga bentuk pembacaan antara penulis teks dan pembaca serta bagaimana pesan itu dibaca di antara keduanya (Durham & Kellner, 2002: 174-175), yaitu:

- a. ***Dominant-hegemonic position***, yaitu pembacaan pesan yang lebih mendekati makna sebenarnya seperti yang ditawarkan oleh media. Pembaca dominan atas teks, secara hipotesis akan terjadi jika baik pembuat ataupun pembaca teks memiliki ideologi yang sama sehingga menyebabkan tidak adanya perbedaan pandangan antara pembuat maupun pembaca. Seterusnya nilai yang dibawa oleh pembuat teks bukan hanya disetujui oleh pembaca, lebih jauh dinikmati dan dikonsumsi oleh pembaca teks. Pada posisi ini tidak ada perlawanan atau dari pembaca karena mereka memaknai teks sesuai dengan yang ditawarkan pembuat.
- b. ***Negotiated position***, yaitu pembaca pesan mengerti makna yang diinginkan produsen tetapi mereka membuat adaptasi dan aturan sesuai dengan konteks dimana mereka berada. Pembacaan ini terjadi ketika ideologi pembacalah yang lebih berperan dalam menafsirkan dan menegosiasikan teks.

- c. *Oppositional position*, yaitu pembaca pesan mengerti makna yang diinginkan oleh produsen, tetapi mereka menolak makna tersebut serta memaknai dengan cara sebaliknya. Pada posisi ini, ideologi pembaca berlawanan dengan pembuat teks. Pembaca oposisi umumnya ditandai dengan rasa ketidaksukaan dan ketidakcocokan terhadap teks wacana yang dikonsumsi.

Teks dalam model *encoding-decoding* (Nightingale, 1996: 31) diartikan sebagai struktur penanda yang terdiri dari tanda dan kode yang penting bagi komunikasi. Struktur ini sangat bervariasi bentuknya mulai dari pembicaraan, tulisan, film, pakaian, dekorasi mobil, gestur, dan lain sebagainya.

Teks media dikatakan bersifat polisemi (Croteau & Hoynes, 2000: 266-268) karena menurut John Fiske teks media mengandung berbagai makna. Media dari sudut pandang ini memungkinkan terjadinya keragaman interpretasi; teks terstruktur sedemikian rupa sehingga memungkinkan pemaknaan yang berlawanan dengan keinginan pembuat teks. Namun teks tidak terbuka begitu saja, teks memang terbuka untuk dimaknai namun memiliki batasan interpretasi. Menurut Brooker & Jeremyn (2003: 92) batasan interpretasi itu dipengaruhi oleh keikutsertaan audiens dalam suatu kelompok dan faktor-faktor seperti usia, etnis, kelas sosial, pekerjaan, status perkawinan, ras, gender, latar belakang pendidikan dan keyakinan politik yang mana hal ini dapat membatasi dan membentuk interpretasi potensial tentang suatu teks. Beberapa makna akan lebih mudah untuk dikonstruksi karena nilai-nilainya yang tersebar di masyarakat. Sebaliknya pemaknaan lain akan lebih sulit karena jarang disosialisasikan kepada masyarakat. Seperti yang dikatakan oleh Murdock (Ferguson & Golding, 1997: 125) khalayak harus menghindari pandangan bahwa isi teks sangatlah terbuka untuk diinterpretasikan.

### **2.1.2 Perkembangan Studi Pemaknaan Khalayak**

Perkembangan penelitian *reception studies* ditandai dengan penelitian Morley (1980) terhadap penonton program 'majalah' berita Inggris *Nationwide*, yang didasarkan pada model *encoding-decoding* yang dirumuskan oleh Hall.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menggalikan hipotesis bahwa *decoding* bervariasi menurut faktor sosio-demografis (kelas, usia, jenis kelamin) dan menurut kompetensi dan kerangka kerja kultural terkait (Barker, 2011: 289). Namun penelitian Morley justru menunjukkan bahwa *decoding* tidak ditentukan 'secara langsung dari posisi kelas sosial'. Hal ini terlihat manajer bank kelas menengah dan pemegang kelas pekerja menghasilkan pembacaan dominan. Morley kemudian merumuskan bahwa masalahnya selalu dipertanyakan bagaimana posisi sosial plus posisi wacana tertentu menghasilkan pembacaan yang spesifik; pembacaan yang terstruktur karena struktur akses terhadap wacana yang berbeda ditentukan oleh posisi sosial (Storey, 2010: 19).

Penelitian Morley menjelaskan bagaimana posisi, latar belakang, dan peranan sosial seseorang merupakan mediator utama dalam proses pemaknaan, bukan sebagai faktor yang mempengaruhi pemaknaan tetapi sebagai *key provider* untuk memaknai pesan. Namun dia juga menambahkan bahwa hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisir dan kelas sosial tidak bisa secara konstan memprediksi interpretasi seseorang, karena itu Croteau (2003: 277) menambahkan bahwa peneliti perlu memperhatikan umur, ras, etnis, dan jender dari khalayak yang ditelitinya. Keberagaman identitas sosial tersebut dianggap sebagai alat kultural bagi pemaknaan khalayak, dan salah satunya yang berhubungan dengan media adalah *discursive resources*, seperti berbagai konsep, asumsi, bahasa yang dikaitkan dengan subkultural dan perspektif politik tertentu.

Andreas Press (Croteau, 2003: 278) mengikuti jejak Morley dengan melihat bagaimana cara khalayak yang berbeda memberi interpretasi pada teks yang sama. Dia menjelaskan bahwa perbedaan kelas merupakan hal yang utama bagi khalayak dalam memahami citra televisi. Dalam penelitiannya tentang *Women Watching Television*, dia melakukan analisa dengan menghubungkan semua elemen dalam media dan masyarakat yaitu: kelas sosial, produksi, isi dan interpretasi khalayak. Menurutnya, karena pengalamannya, perempuan kelas pekerja mengetahui bahwa televisi memberikan gambaran yang tidak realistis dan menyimpang tentang kehidupan perempuan kelas pekerja pada umumnya dan khususnya. Sementara itu, tanpa pengalaman kehidupan yang luas, perempuan kelas menengah cenderung mempunyai latar

belakang yang sama dengan produser media kelas menengah, dan mengabaikan kejanggalan gambaran yang menyimpang dan menganggap bahwa penyimpangan itu merupakan hal yang normal karena sesuai dengan perspektif mereka (Sarwono, 2004: 12).

Selanjutnya dalam studi tentang penggunaan media oleh kelompok perempuan, **Press (Hagen & Wasko, 2000: 42) menjelaskan bahwa studi penggunaan televisi seharusnya dilihat dalam relasi sosial yang lebih luas, yang memperhitungkan jender, kelas dan umur.** Dari hasil penelitiannya, dia menyarankan bahwa efek analisis media tetap merupakan fokus, tetapi tidak menempatkan perempuan sebagai khalayak yang spesifik dalam hubungannya dengan media (televisi), namun yang lebih penting di sini adalah **melihat pengalaman hidup** dari perempuan itu yang mendorongnya menggunakan media (televisi), dan bagaimana pengalaman tersebut menolong khalayaknya menginterpretasikan hubungan sosial aktivitas media (Sarwono, 2004: 13-14).

Curran menjelaskan ada pergeseran pemikiran dari *seeing is believing* menjadi *believing is seeing* dalam perkembangan studi komunikasi tentang pengaruh media, dalam arti khalayak memaknai sesuatu bukan diawali dari program yang dilihatnya tetapi diawali dengan konteks sosial atau karakter sosial yang sudah ada sebelumnya pada diri mereka (Curran, 2002: 117). Demikian pula **Coleman (2002: 13)** menjelaskan bahwa berbagai variasi pemaknaan khalayak itu bukan merupakan efek media, melainkan **karena perbedaan latar belakang pengalaman dan kultural khalayak**(Sarwono, 2004: 15).

Berbagai studi terdahulu tentang pemaknaan khalayak menegaskan bahwa pemaknaan khalayak tidaklah terlepas dari (Sarwono, 2004: 167):

- a. Posisi, latar belakang dan peranan sosial (Morley, 1980)
- b. Umur, ras, etnis, jender dan perspektif (Croteau, 2003)
- c. Pengalaman masa lalu (Woodward (Acosta-Alzuru 2002), dan konteks sosial Curran, 2002)
- d. Pengalaman hidup sehari-hari (Press dalam Croteau, 2003)
- e. Kelas sosial, produksi dan isi media, interpretasi khalayak (Press dalam Croteau, 2003)

## 2.2 Khalayak Aktif dalam Cultural Studies

Dalam tradisi *cultural studies* penonton bukanlah bukanlah orang bodoh secara kultural melainkan produsen makna aktif dalam konteks kultural mereka sendiri. Paradigma khalayak aktif berkembang sebagai reaksi atas berbagai cara kajian atas penonton dengan asumsi yang telah melekat bahwa menonton televisi memiliki karakter pasif dengan makna dan pesan televisi yang diterima begitu saja oleh penonton.

Dari beberapa penelitian tentang khalayak aktif dalam tradisi *cultural studies* dapat ditarik kesimpulan bahwa:

- a. Penonton dipahami sebagai produsen makna yang bersifat aktif dan berpengetahuan luas, bukan produk dari teks yang distrukturkan. Tetapi makna terikat oleh cara teks distrukturkan dan oleh konteks domestik dan konteks kultural dalam menonton.
- b. Penonton perlu dipahami dalam konteks dimana mereka menonton televisi dalam kaitannya dengan konstruksi makna dan rutinitas kehidupan sehari-hari.
- c. Penonton dengan mudah mampu membedakan antara fiksi dan realitas; mereka benar-benar aktif memainkan berbagai sekat.
- d. Proses konstruksi makna dan tempat televisi dalam rutinitas kehidupan sehari-hari bergeser dari kebudayaan yang satu ke kebudayaan yang lain dan berubah dalam konteks kelas dan gender di dalam komunitas kultural yang sama.

Sejalan dengan paradigma khalayak aktif dalam tradisi *cultural studies*, penelitian McAnany dan La Pastina terhadap 26 studi tentang telenovela memperkuat argumen bahwa konfigurasi kultural dan organisasional lokal menjembatani pemahaman opera sabun yang dibentuk oleh penonton. Mereka mengemukakan hal-hal sebagai berikut:

- a. Penonton bertindak aktif dan mengambil berbagai makna dari telenovela.
- b. Penonton menerapkan pada kehidupan mereka.
- c. Penonton mengakui sifat fiksional suatu genre dan berfungsinya aturan-aturannya.

- d. Variabel kontekstual keluarga, kelas, gender dan lingkungan sekitar membatasi reaksi penonton.

Istilah khalayak aktif dalam penelitian dan teori khalayak adalah adanya peranan khalayak dalam proses konstruksi pemaknaan, bukan dalam arti menggunakan media. Jadi istilah khalayak aktif dalam memproduksi makna dimaksudkan sebagai mengkonsepkan kembali konsep khalayak yang sering digunakan untuk membedakan analisis resepsi dari tradisi penelitian tentang pengaruh media (Sarwono, 2004: 23). Dalam studi khalayak yang baru seperti yang dikatakan oleh Evans, (Ferguson & Goldings, 1997: 123-124) penelitian khalayak pada studi media dikarakteristikan oleh dua asumsi:

- a. Bahwa khalayak selalu aktif, dan
- b. Bahwa isi media selalu bersifat polisemi atau terbuka untuk diinterpretasi.

Asumsi di atas berarti bahwa mayoritas khalayak secara rutin memodifikasi atau mengubah berbagai ideologi dominan yang direfleksikan dalam isi media. Dalam *reception studies* makna teks media merupakan hasil konstruksi dan bukan buatan produsen media semata.

Teori khalayak aktif menyatakan bahwa media tidak dapat membuat individu harus berpikir atau berperilaku sesuai dengan apa yang ditampilkan oleh media karena khalayak bukanlah individu yang bodoh, naif dan mudah untuk didominasi oleh indoktrinasi oleh media. Khalayak aktif ditekankan pada kecerdasan dan otonomi dari individu, khalayak memiliki kekuatan dalam menggunakan media. Salah satu cara dasar khalayak media dapat dilihat sebagai khalayak aktif yaitu melalui interpretasi produk media oleh khalayak (Croteau & Hoynes, 2000: 262).

Croteau & Hoynes (2003: 267) membagi tipologi khalayak aktif dalam tiga kelompok (Sarwono, 2004: 30), yaitu:

- a. Tipe khalayak yang pertama adalah interpretatif. Interpretasi individu berasal dari kehidupan sehari-hari dan tidak menuntut suatu keahlian yang spesifik. Makna dari pesan media tidaklah kaku atau *fixed*, tetapi dikonstruksikan oleh khalayak. Konstruksi ini berasal dari hubungan

dengan teks media, yang dilakukan melalui aktivitas rutin dalam menginterpretasikan, seperti bagaimana media dapat memberikan kesenangan, kenyamanan dan *excitement*. Kegiatan interpretasi ini penting karena hal ini merupakan proses pemaknaan teks media. Produser mengkonstruksi teks media secara kompleks, sering dengan ide yang jelas mereka bermaksud untuk menyampaikan sesuatu, tapi pesan tidak begitu saja diterima dalam pikiran khalayak, karena khalayak menginterpretasikannya ke dalam berbagai komponen. Jadi tidak ada jaminan bahwa produser akan sukses menyampaikan pesannya sesuai dengan yang dikonstruksikan, demikian pula tidak semua khalayak akan melakukan konstruksi yang sama dari teks yang sama.

- b. Interpretasi yang berasal dari konteks sosial. Di sini khalayak aktif memaknai pesan secara sosial. Jadi mereka tidak secara sederhana melihat, membaca atau mendengar teks media, namun media sudah merupakan bagian dari kehidupan sosial, seperti nonton televisi bersama keluarga atau teman, kemudian mereka membahas apa yang mereka baca dengan teman atau kerabatnya.
- c. Aktivitas interpretasi dipengaruhi oleh pemikiran yang kolektif, dan meminta produser untuk mengubah teks media, seperti proses atau tuntutan orang tua yang prihatin terhadap pengaruh tayangan televisi pada anak-anak mereka.

### 2.3 Dimensi Nilai Budaya Hofstede

Menurut Hofstede & Hofstede, "*Culture is the collective programming of the mind which distinguish the members of one group or category of people from one another. Culture, in this sense, includes system of values; and values are among the building blocks of culture*" (2005: 4). Budaya dalam hal ini merupakan pola sikap, perilaku, dan simbol dari suatu kelompok masyarakat tertentu. Menurut Mead (1990) budaya adalah suatu set nilai yang dimiliki oleh sebuah kelompok dan mempengaruhi seluruh aspek kehidupan masyarakat. Nilai budaya yang dimiliki oleh sebuah kelompok berbeda dengan kelompok lain dan kemungkinan dapat bertentangan.

Pada 1973, Hofstede melakukan penelitian untuk melihat nilai budaya yang dimiliki masing-masing negara. Berdasarkan penelitian ini, Hofstede mengemukakan adanya lima dimensi nilai budaya (Hofstede & Hofstede, 2005), yaitu:

a. Jarak kekuasaan (*Power distance*)

Derajat dimana seseorang merupakan anggota yang tidak memiliki kekuasaan dari sebuah institusi dan organisasi dari sebuah negara, mengharapkan dan menerima bahwa kekuasaan tersebut dilakukan secara tidak adil.

b. Individualisme dan kolektivisme (*Individualism and collectivism*)

Individualisme merupakan kelompok masyarakat dimana ikatan antar individu tidak erat. Sedangkan kolektivisme merupakan kebalikannya dimana ikatan antar individu sangat kuat.

c. Maskulinitas dan Feminitas (*Masculinity and femininity*)

Sebuah kelompok masyarakat dikatakan maskulin ketika peran emosional gender secara jelas terlihat, seperti laki-laki sebenarnya asertif, tangguh, dan berfokus pada kesuksesan material, dimana wanita seharusnya rendah hati, sabar dan berfokus pada kualitas hidup. Sedangkan kelompok masyarakat dikatakan feminin apabila secara emosional gender tidak jelas (*overlap*), seperti laki-laki maupun perempuan seharusnya rendah hati, sabar dan berfokus pada kualitas hidup.

d. Penghindaran ketidakpastian (*Uncertainty avoidance*)

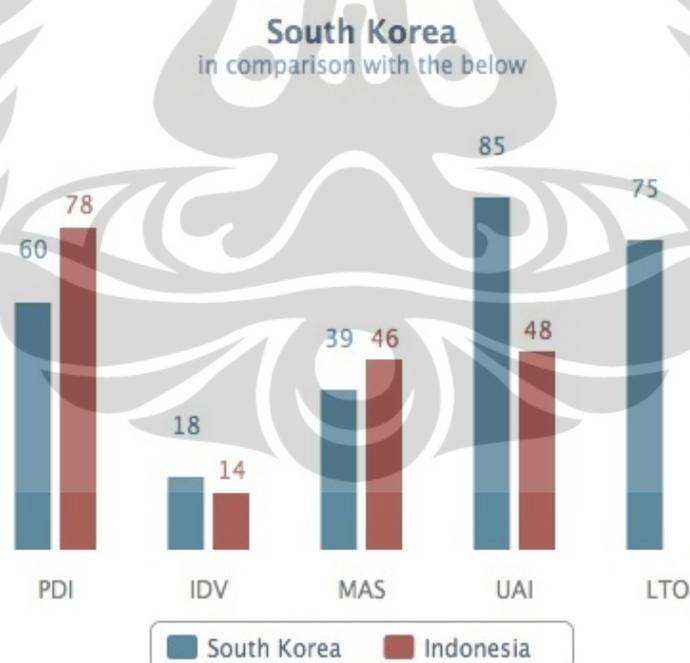
Merupakan derajat dimana seseorang yang merupakan anggota dari budaya tertentu yang merasa terancam oleh situasi ambigu atau situasi yang tidak diketahui.

e. Orientasi masa depan dan masa kini (*Long-term and short-term orientation*). *Long-term orientation* mengembangkan hal-hal yang berorientasikan pada masa depan, sedangkan *short-term orientation* mengembangkan hal-hal yang berhubungan dengan masa lalu dan masa kini.

Kelima dimensi ini merupakan dimensi yang dapat berdiri sendiri dan dibahas secara terpisah. Dalam penelitian ini dimensi budaya yang digunakan adalah jarak kekuasaan (*power distance*) serta individualisme dan kolektivitas (*individualism and collectivism*) yang termasuk ke dalam nilai-nilai Confucianisme yang dianut masyarakat Korea. Terkait dengan pemaknaan remaja terhadap nilai-nilai Confucianisme Korea, peneliti berasumsi bahwa dimensi jarak kekuasaan (*power distance*) serta individualisme dan kolektivitas (*individualism and collectivism*) dalam budaya Indonesia juga ikut membentuk pemaknaan informan terhadap nilai-nilai Confucianism Korea dalam K-pop.

Hal ini sesuai dengan grafik di bawah ini yang menggambarkan perbandingan nilai jarak kekuasaan (*power distance*) serta individualisme dan kolektivitas (*individualism and collectivity*) dalam budaya Korea Selatan dan Indonesia.

**Grafik 2.1 Perbandingan Dimensi Nilai Budaya Hofstede pada masyarakat Indonesia dan Korea Selatan**



**Keterangan:**

PDI : Power Distance (PDI)  
 UAI : Uncertainty Avoidance (UAI)  
 IDV : Individualism (IDV)  
 MAS : Masculinity (MAS)  
 LTO : Long-Term Orientation (LTO)

Sumber: <http://geert-hofstede.com/south-korea.html>

Grafik di atas menunjukkan Indonesia dan Korea Selatan sama-sama memiliki skor yang tinggi dalam dimensi jarak kekuasaan serta individualisme dan kolektivisme. Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia dan Korea Selatan sama-sama masyarakat hierarkis dan kolektifis.

Berdasarkan data yang disajikan dari <http://geert-hofstede.com/indonesia.html> dan <http://geert-hofstede.com/south-korea.html> dapat dilihat bagaimana dimensi jarak kekuasaan serta dimensi individualisme dan kolektivisme tercermin dalam masyarakat Indonesia dan Korea Selatan. Dalam masyarakat Indonesia hierarki tercermin dalam karakteristik masyarakat yang memiliki perbedaan hak antara pemegang kekuasaan dan rakyat, kemudahan yang diperoleh atasan, perintah yang berasal dari pemimpin, dan aturan dan pelimpahan tugas dari manajemen. Sementara hierarki di Korea Selatan tercermin dari penerimaan masyarakat Korea terhadap tingkatan hierarki dimana masing-masing individu memiliki tempatnya masing-masing tanpa membutuhkan pembenaran lebih lanjut terhadap adanya hierarki tersebut.

Nilai kolektifis dalam masyarakat Indonesia tercermin dari keharusan agar individu menyesuaikan diri dengan standar masyarakat dan kelompok dimana mereka berada. Contohnya adalah aspek keluarga dalam pernikahan. Saat seseorang hendak menikahi seorang gadis maka dia harus terlebih dahulu menemui keluarga sang gadis dan melamarnya secara resmi kepada keluarganya. Bagi masyarakat Indonesia pernikahan bukanlah sekadar penyatuan dua individu namun juga penyatuan dua keluarga. Contoh lainnya adalah hubungan orang tua dan anak. Anak berkomitmen untuk merawat orang tua di masa tuanya sebagaimana orang tuanya telah membesarkan mereka hingga dewasa. Kesetiaan masyarakat Indonesia juga ditunjukkan dengan merawat kakek-nenek mereka di rumah dan tidak mengirimkannya ke panti jompo. Hal ini berbeda dengan masyarakat individualis yang hanya memperdulikan keluarga inti. Tidak jauh

berbeda dengan masyarakat Indonesia, kolektivitas masyarakat Korea juga tercermin dalam komitmen jangka panjang terhadap 'kelompok', yaitu anggota keluarga inti, keluarga di luar keluarga inti, atau hubungan pertemanan. Kesetiaan dalam budaya kolektif masyarakat Korea sangat penting dan mempengaruhi sebagian besar aturan sosial dan kebijakan. Masyarakat Korea membangun hubungan yang kuat dimana setiap orang memiliki tanggung jawab terhadap anggota kelompoknya.

## 2.4 Remaja dan Peer Group

Ada sedikit perbedaan rentang waktu usia remaja, menurut Hurlock (1991) remaja adalah mereka yang berada pada usia 12-18 tahun. Sementara Monks (2000) memberi batasan usia remaja adalah 12-21 tahun. Menurut Stanley Hall usia remaja berada pada rentang 12-23 tahun (Santrock, 2003). Sementara itu, pedoman umum remaja di Indonesia menggunakan batasan usia 11-24 tahun dan belum menikah (Soetjiningsih, 2004). Dari batasan-batasan tersebut dapat dilihat bahwa mulainya masa remaja relatif sama (12 tahun) tetapi berakhirnya masa remaja yang nampak bervariasi.

Perilaku remaja dipengaruhi faktor internal (pengetahuan, sikap, kepribadian) maupun faktor eksternal (lingkungan tempat remaja berada). Tetapi biasanya, faktor eksternal lebih berpengaruh (Mayasari, 2005: 32). Menurut Laurike Moeliono, perilaku remaja sangat dipengaruhi oleh lingkungan sosial dimana dia hidup. Peta kognitif, afektif dan konatif remaja yang masih labil dan mencari-cari menyebabkan remaja mudah terpengaruh oleh apa yang mereka kagumi dan sukai.

Menurut James Coleman dalam *The Adolescent Society*, remaja saat ini terputus hubungannya dari kehidupan orang dewasa. Pada tahap ini remaja masih memiliki keinginan untuk memenuhi keinginan orang tua, namun pada akhirnya akan meminta pendapat ataupun persetujuan teman-teman atau *peer group* mereka. Bahkan remaja terkadang juga memiliki standar sendiri yang berbeda dengan yang ada di masyarakat. Hal inilah yang membuat remaja membentuk budaya sendiri (*youth culture*) yang berbeda dengan budaya orang tua ataupun yang lebih tua dari mereka (Sarwono: 38).

Dalam kelompok sebaya tidak dipentingkan adanya struktur organisasi, masing-masing individu merasakan adanya kesamaan satu dengan yang lain, seperti di bidang usia, kebutuhan dan tujuan (Dhania, 2009). Menurut Havinghurst pengaruh perkembangan *peer group* adalah adanya kelas sosial, pembentukan kelompok sebaya berdasarkan status sosial ekonomi individu sehingga dapat digolongkan atas kelompok kaya dan miskin serta *in group* dan *out group*. *In group* adalah teman sebaya dalam kelompok, *out group* adalah teman sebaya di luar kelompok.

Latar belakang timbulnya *peer group* adalah adanya perkembangan proses sosialisasi pada usia remaja. Individu mengalami proses sosialisasi, dimana individu mencari kelompok yang sesuai dengan keinginannya, bisa saling berinteraksi satu sama lain dan merasa diterima dalam kelompok. Selain itu, ada pula kebutuhan untuk menerima penghargaan. Individu butuh penghargaan dari orang lain agar mendapat kepuasan dari apa yang telah dicapainya. Oleh karena itu, individu bergabung dengan teman sebayanya yang mempunyai kebutuhan psikologis yang sama yaitu ingin dihargai. Dengan demikian, individu merasakan kebersamaan atau kekompakan dalam kelompok teman sebayanya. Hal ini disebabkan individu perlu perhatian dari orang lain terutama yang senasib dengan dirinya. Ketika individu merasa sama dengan yang lainnya, mereka tidak merasakan adanya perbedaan status. Di dalam *peer group*, individu dapat menemukan dunianya yang berbeda dengan dunia orang dewasa. Mereka mempunyai persamaan pembicaraan di segala bidang.

Pengaruh lingkungan remaja di masyarakat modern dimulai dengan pergaulan dengan teman-teman sepermainan atau *peer group*-nya. *Peer group* sendiri dalam perkembangan kehidupan remaja memiliki pengaruh yang cukup besar, baik dalam cara berpikir maupun dalam bertindak seorang remaja. Perkembangan sosial pada masa remaja lebih melibatkan kelompok teman sebaya dibandingkan orang tua.

Pada diri remaja, pengaruh lingkungan menentukan perilaku diakui cukup kuat. Walaupun remaja telah mencapai tahap perkembangan kognitif yang memadai untuk menentukan tindakannya sendiri, namun penentuan diri remaja dalam berperilaku banyak dipengaruhi oleh tekanan dari kelompok teman sebaya.

Kelompok teman sebaya diakui dapat mempengaruhi pertimbangan dan keputusan seorang remaja tentang perilakunya (Sanrock, 2003). Remaja perempuan lebih memilih untuk menceritakan mengenai perasaan, meminta pendapat atau saran kepada sahabat mereka untuk masalah-masalah yang sedang mereka hadapi. Hal seperti ini sebenarnya juga berlaku pada remaja pria, namun tidak sedalam yang dilakukan oleh remaja perempuan (Dacey & Kenny: 260).

Waktu yang biasa dihabiskan bersama *peer group* memang terasa lebih menyenangkan bagi remaja, dibandingkan bila harus menghabiskan waktu dengan orang tua karena terkadang waktu yang dihabiskan bersama orang tua dibatasi oleh peraturan-peraturan yang ketat (Mayasari, 2005: 34). Karena keseharian seorang remaja cukup banyak dihabiskan bersama dengan *peer group*-nya, secara tidak langsung apa yang diterima oleh seorang remaja dari pergaulannya tersebut menjadi suatu acuan dalam keseharian remaja tersebut. Oleh sebab itu, ketika remaja tersebut bertindak, berpikir maupun ketika memberikan pemaknaan akan suatu hal, apa yang tadi diterima oleh remaja tersebut dari *peer group*-nya diaplikasikan ke kehidupan sehari-harinya tersebut.

Konsep mengenai remaja, khususnya yang terkait dengan *peer group* seperti yang dijabarkan di atas, digunakan oleh peneliti ketika wawancara dan menganalisa data yang diperoleh dari informan. Peneliti berasumsi bahwa pandangan *peer group* tentang K-pop ikut melatarbelakangi pemaknaan informan terhadap K-pop.

## **2.5 Televisi dan Budaya Pop**

Menurut Turner (1984), budaya pop dan budaya massa memiliki hubungan simbiotik dimana keduanya saling tergantung dalam sebuah kolaborasi yang sangat kuat. Kepopuleran suatu budaya sangat bergantung pada seberapa jauh media massa gencar mengkampanyekannya. Begitu pula media massa hidup dengan cara mengekspos budaya-budaya yang sedang dan akan populer.

Strinati menjelaskan lebih lanjut bagaimana hubungan antara media massa dan budaya populer. Menurutnya kebudayaan populer adalah kebudayaan yang terbentuk atau dibentuk oleh media massa. Media massa dapat menawarkan suatu bentuk kebudayaan konsumtif dan masyarakat pengguna media mengikutinya atau

menggunakan siaran televisi sebagai preferensi kebudayaan dan gaya hidupnya (Strinati, 2003: 17). Barker menyebutkan bahwa tidak ada media lain yang dapat menandingi televisi dalam hal volume teks kebudayaan pop yang diproduksinya dan banyaknya penonton yang diraupnya. Televisi adalah sumber daya yang terbuka bagi semua orang dalam masyarakat industri dan semakin mengalami pertumbuhan di negara-negara berkembang (Barker 2011: 275).

Penjelasan Michael Real (1996) tentang bagaimana besarnya peran media dalam budaya tampaknya cukup relevan dalam menjelaskan peranan televisi dalam budaya pop. Menurutnya, "Media menginvasi ruang kehidupan kita, membentuk selera dari mereka yang berada di sekitar kita, memberikan informasi dan mempersuasi kita mengenai produk dan kebijakan, mencampuri mimpi pribadi dan ketakutan publik kita, dan sebagai gantinya, mengundang kita untuk hidup di dalam mereka" (West dan Turner, 2008: 66).

Kleden (1987) juga menegaskan kebudayaan pop terbukti merupakan sarana yang paling efektif dalam mempropagandakan gaya hidup industri dan mengubah pola-pola konsumsi (Ibrahim, 2007: xxiv). Karena itu, para pahlawan dari dunia pop dan para model *fashion* menjadi penentu tren (*trendsetter*) yang memainkan model peran terutama bagi kawula muda (Ibrahim, 2007: 267).

Peranan televisi dalam kebudayaan populer tentunya terkait dengan fungsi televisi sebagai salah satu bentuk media massa. Pada dasarnya televisi memiliki beberapa fungsi yaitu sebagai penyebar informasi (*to inform*), fungsi mendidik (*to educated*), fungsi menghibur (*to entertaint*), dan fungsi mempengaruhi (*to influence*). Namun, dalam era ekonomi kapitalistik, unsur komersial lebih dominan mengarahkan pesan tayangan televisi, sehingga fungsi tayangan televisi lebih bermuatan hiburan komersial. Celakanya, keragaman acara televisi sesungguhnya bersifat semu, karena yang terjadi adalah justru gejala selera tunggal, serta monopoli dalam visi, persepsi, serta estetika tontonan yang didikte oleh sistem kapitalisme dalam budaya konsumsi massa. Fungsi mempengaruhi (*to influence*), lebih kerap terjadi dalam konteks mempengaruhi perubahan perilaku dan sistem nilai masyarakat ke arah yang lebih negatif daripada positif. Terlebih lagi, televisi adalah media elektronik yang berperan besar dalam menawarkan dan menaturalisasikan beraneka ragam pilihan gaya hidup, yang setiap orang bebas

menentukan pilihan dan selernya. Fungsi media elektronik (khususnya televisi) lebih dari sekedar menawarkan, tapi juga membentuk gaya hidup masyarakat (Barliana, 2004: 6).

Menurut Prof. Dr. Deddy Mulyana setelah era 1990-an televisi di Indonesia telah mengalami pergeseran fungsi menjadi sarana untuk mempromosikan gaya hidup hedonistik. TV hedonis ini mengajarkan masyarakat supaya suka berbelanja dan pandai memanfaatkan waktu luang untuk bersenang-senang, berhura-hura. Menurutnya TV sekarang ini menganjurkan budaya permisifi dan konsumtif. Tak heran, menurut seorang peneliti TV dari Australia, Dr. Philip Kitley, "Belakangan ini televisi menyebarkan secara luas sajian gaya hidup, gaya perilaku, dan representasi diri lebih daripada yang sudah-sudah" (Ibrahim, 2011: 231).

Saat ini moralitas hedonistik diajarkan dengan begitu menawan oleh karakter-karakter fantasi dalam program-program televisi yang menawarkan gaya hidup yang serba mewah, serba wah, serba kemilau, serba menyenangkan (Ibrahim, 2011: 233). Menurut Ibrahim (2007) setiap hari khalayak menyaksikan beragam gaya hidup yang ditawarkan lewat budaya media dan budaya populer yang semakin terkomersialkan. Maka tidak mengherankan jika bidang konsumsi kita—apa yang kita beli dan apa yang menentukan apa yang kita beli—semakin dipengaruhi oleh budaya populer. Konsumsi semakin terikat dengan budaya populer karena budaya populer semakin menentukan konsumsi (Strinati, 2010: 337-338).

## **2.6 Fungsi Media Bagi Remaja**

Menurut Harold Lasswell (1964) setidaknya ada tiga fungsi utama media massa. Pertama, media massa memberikan informasi dan menyampaikan berita. Kedua, media massa melakukan seleksi, evaluasi, dan interpretasi mengenai apa yang perlu untuk disiarkan. Dengan kata lain, media dapat menjadi penjaga gawang—meminjam istilah Kurt Lewin—dari arus berita dan informasi. Ketiga, media berfungsi mentransmisikan nilai dan kultur dari satu generasi ke generasi.

Adapun mengenai pengaruh media massa, De Fleur menyebutkan bahwa media tidak hanya memiliki efek langsung terhadap individu, tetapi juga

mempengaruhi kultur, pengetahuan kolektif, dan norma serta nilai-nilai dari suatu masyarakat (Aprilia, 2004). Media massa menghadirkan seperangkat citra (*images*), gagasan dan evaluasi bagi khalayak yang dapat dijadikan acuan perilaku.

Berbeda dengan Fleur, Lee Loevinger mengemukakan bahwa media massa mencerminkan suatu citra yang ambigu—menimbulkan tafsiran yang bermacam-macam—sehingga pada media massa setiap orang memproyeksikan atau melihat citranya pada pengajian media massa (Jalaludin Rakhmat, 1993). Pengaruh media massa terasa lebih kuat lagi karena pada kalangan remaja masing-masing memperoleh banyak informasi tentang dunia dari media massa.

Remaja di satu sisi memang kerap menampilkan sisi-sisi kanak-kanak tapi di sisi lain dituntut untuk cepat menjadi dewasa. Remaja secara psikologis memerlukan identitas diri (*self identity*). Pada masa ini mereka membutuhkan berbagai informasi untuk memenuhi penyempurnaan kepribadian mereka. Salah satu medium yang bisa memenuhi kebutuhan ini adalah media massa. Media massa dianggap sebagai sumber informasi—terutama bagi remaja yang memang haus akan informasi. Menurut Arnett, setidaknya ada beberapa fungsi media bagi remaja (Santrock, 2001), yaitu:

- a. **Hiburan (*entertainment*)**. Seperti halnya orang dewasa, remaja menggunakan media sebagai sarana hiburan untuk mengisi waktu luangnya.
- b. **Informasi (*information*)**. Remaja menggunakan media untuk mendapatkan informasi, terutama mengenai topik yang umumnya tidak dibicarakan dengan orang dewasa, termasuk dengan orang tua mereka seperti topik seksualitas.
- c. **Sensasi (*sensation*)**. Dibandingkan orang dewasa, remaja memiliki kecenderungan mencari sensasi lebih tinggi. Hal ini bisa diperoleh dari stimulasi yang intens dan baru dari media.
- d. **Fungsi kopi**. Remaja juga menggunakan media untuk mengurangi kecemasan dan ketidakbahagiaan. Dua cara kopi yang paling terkenal adalah 'mendengarkan musik' dan 'menonton TV'.

- e. **Kelima, *gender-role modeling***. Media menampilkan peran lapuan pria dan wanita. Citra ini dapat mempengaruhi sikap dan perilaku lapuan remaja.
- f. **Keenam, *youth culture identification***. Penggunaan media membuat remaja merasa '*connected*' dengan jaringan mitra bestari yang lebih besar dan kebudayaan yang disatukan oleh tipe-tipe nilai dan minat yang disampaikan oleh *adolescent-oriented* media.

## 2.7 Asumsi Teoritis

Pemaknaan remaja perempuan kelas menengah terhadap K-pop dilatarbelakangi oleh berbagai hal. Tidak hanya oleh K-pop itu sendiri, namun juga orang tua, *peer group*, dan konteks budaya. Pada akhirnya, persepsi awal khalayak terhadap K-pop akan ikut menentukan bagaimana khalayak tersebut memaknai K-pop. Pemaknaan dominan terjadi jika persepsi awal khalayak sejalan dengan apa yang ditampilkan dalam K-pop. Resistensi berupa pemaknaan oposisi terjadi jika persepsi awal informan bertentangan dengan apa yang ditampilkan K-pop. Sementara itu, pemaknaan negosiasi terjadi jika informan memahami pesan yang ditampilkan dalam K-pop namun faktor lain yang mewarnai persepsi awalnya jauh lebih berperan dibandingkan media.

## BAB III METODOLOGI

### 3.1 Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis. Paradigma yang diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman ini menyatakan bahwa masyarakat tidak lain adalah produk manusia, namun secara terus menerus mempunyai aksi kembali terhadap penghasilnya. Oleh karena itu, manusia adalah hasil atau produk dari masyarakat. Manusia dan masyarakat adalah produk yang dialektis, dinamis, dan plural secara terus menerus (Eriyanto, 2002: 13). Bagi Berger, realitas tidak terbentuk secara ilmiah, juga bukan sesuatu yang diturunkan oleh Tuhan. Sebaliknya, realitas dibentuk dan dikonstruksi. Dengan pemahaman ini, realitas berwajah ganda atau plural. Setiap orang bisa mempunyai konstruksi berbeda-beda atas realitas (Eriyanto, 2002: 13).

Paradigma konstruktivis menganggap setiap orang memiliki pengalaman yang berbeda, sehingga cara mereka memaknai sesuatu juga akan berbeda (Neuman, 2003: 77). Orang yang memiliki latar belakang dan pengalaman yang berbeda akan menafsirkan realitas sosial dengan konstruksinya masing-masing.

Paradigma konstruktivis memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap *socially meaningful action* melalui pengamatan langsung dan rinci terhadap pelaku sosial dalam *setting* keseharian yang alamiah, agar mampu memahami dan menafsirkan bagaimana para pelaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan mengelola dunia sosial mereka (Hidayat, 2004: xi). Patton berpendapat, para peneliti konstruktivis mempelajari beragam realita yang terkonstruksi oleh individu dan implikasi dari konstruksi tersebut bagi kehidupan mereka dengan yang lain, dalam konstruktivis setiap individu memiliki pengalaman yang unik. Dengan demikian, penelitian dengan strategi ini menyarankan bahwa setiap cara yang diambil individu dalam memandang dunia adalah valid, dan perlu adanya rasa menghargai atas pandangan tersebut (Patton, 2001: 96-97).

Paradigma ini juga memiliki keterkaitan dengan gaya kognitif yang berarti cara-cara khas dimana individu membangun atau membentuk keyakinan dan sikapnya tentang dunia sekitarnya dan cara-cara dia memproses dan memberikan reaksi terhadap informasi yang masuk atau diterimanya.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis karena peneliti akan melihat sesuatu berdasarkan sudut pandang orang yang diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti menganggap remaja perempuan kelas menengah yang menjadi subjek penelitian adalah orang yang memiliki pengalaman pribadi tersendiri sehingga akan memaknai K-pop dengan cara yang mungkin berbeda dengan remaja putri dari kelas sosial yang berbeda.

### 3.2 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Denzin dan Lincoln mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai penelitian yang bersifat interpretif (menggunakan penafsiran) yang melibatkan banyak metode dalam menelaah masalah penelitiannya. Penggunaan berbagai metode ini sering disebut triangulasi, dimaksudkan agar peneliti memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai fenomena yang ia teliti. Sesuai dengan prinsip epistemologinya, peneliti kualitatif lazim menelaah hal-hal yang berada dalam lingkungan alamiahnya, berusaha memahami atau menafsirkan, fenomena berdasarkan makna-makna yang orang berikan kepada hal-hal tersebut (Mulyana, 2007: 5).

Neuman menjelaskan beberapa ciri penelitian kualitatif, yaitu mengkonstruksi realitas sosial dan atau makna kebudayaannya, fokus pada proses interaktif serta *event*-nya, kuncinya adalah pada kenyataan (*authenticity*), nilai-nilai dinyatakan dan jelas, secara situasi memaksa, sedikit kasus/subyek-subyeknya analisa secara tematis, cara peneliti terlibat atau ikut serta. Inti analisa terletak pada tiga proses yang berkaitan, yaitu mendeskripsikan fenomena, mengklasifikasikannya dan melihat bagaimana konsep-konsep yang muncul itu satu dengan yang lainnya berkaitan (Moleong, 1989).

Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna. Pengumpulan data tidak dipandu oleh teori,

tetapi dipandu oleh fakta-fakta yang ditemukan pada saat penelitian di lapangan. Oleh karena itu analisis data yang dilakukan bersifat induktif berdasarkan fakta-fakta yang ditemukan dan kemudian dapat dikonstruksikan menjadi hipotesis atau teori (Sugiyono, 2007: 3).

Penelitian kualitatif bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya: perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. Dalam hal ini, penelitian kualitatif dimanfaatkan antara lain untuk keperluan:

- a. Memahami isu-isu rinci tentang situasi dan kenyataan yang dihadapi seseorang
- b. Memahami isu-isu sensitif
- c. Meneliti hal-hal yang berkaitan dengan latar belakang subjek penelitian
- d. Dimanfaatkan untuk peneliti yang berminat untuk menelaah sesuatu latar belakang misalnya tentang motivasi, peranan, nilai, sikap dan persepsi.

Penelitian kualitatif tidak bertujuan mengkonfirmasi realitas seperti dalam uji hipotesis, tetapi justru "menampakkan" (atau membangun) realitas yang sebelumnya tacit, implisit, tersembunyi, menjadi nyata, eksplisit, nampak (Irawan, 2006: 3).

Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini diharapkan mampu menggali pemahaman mengenai situasi dan kenyataan yang dialami. Situasi dan kenyataan tersebut merupakan sebuah pengalaman dari informan mengenai tayangan K-pop yang dikonsumsinya. Selain itu peneliti juga mengkaji lebih dalam mengenai latar belakang subjek penelitian, seperti aktivitas keseharian, lingkungan, *peer group* dan orang tua, untuk melihat bagaimana faktor-faktor tersebut berperan dalam pemaknaan subjek penelitian.

### **3.3 Sifat Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian bersifat deskriptif. Tujuan utama dalam menggunakan metode ini adalah untuk menggambarkan sifat suatu keadaan yang sementara berjalan pada saat penelitian dilakukan, dan memeriksa sebab-

sebab dari suatu gejala tertentu (Servilla: 1993: 71). Penelitian deskriptif mencoba membahas *How* dan *Who*, pola tentang gejala secara rinci dan pada sejumlah informasi data-data yang dikumpulkan bukan berupa penyajian angka-angka melainkan kata-kata dan gambar. Hal ini disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif sehingga sajian berupa kutipan data-data memberikan gambaran tentang laporan penelitian. Selain itu semua yang dikumpulkan kemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti (Neuman, 2003: 29).

Sifat penelitian berkaitan dengan tujuan penelitian. Pengolahan data penelitian merupakan proses yang menghasilkan temuan penelitian yang bermakna. Kebermaknaan dapat dituangkan dalam deskripsi yang terstruktur dengan baik dan memiliki tingkat *literacy* tinggi yang memudahkan orang mencerna, memahami dan dapat mengkonstruksinya pada *setting* tempat yang berbeda dengan karakteristik yang relatif sama. Mendeskripsikan hasil penelitian adalah menjelaskan pertanyaan penelitian sesuai data yang diperoleh di lapangan. Mendeskripsikan penelitian kualitatif berarti mencoba menarasikan hasil pengolahan data dengan menyajikan informasi dalam bentuk teks tertulis atau bentuk-bentuk gambar mati atau hidup seperti foto dan video lainnya. Maka dari itu, penelitian ini bersifat deskriptif karena penelitian ini ingin menggambarkan bagaimana pemaknaan remaja putri terhadap teks-teks budaya populer Korea yang dikonsumsi dari media massa.

### **3.4 Strategi Penelitian**

Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Studi kasus bukan merupakan suatu metode ilmiah yang spesifik, melainkan lebih merupakan suatu metode yang lazim diterapkan untuk memberikan penekanan pada spesifikasi dari unit-unit atau kasus-kasus yang diteliti. Dengan kata lain, metode ini berorientasi pada sifat-sifat unik (*casual*) dari unit-unit yang sedang diteliti berkenaan dengan permasalahan-permasalahan yang menjadi fokus penelitian.

Menurut Robert E. Sake (2000) studi kasus bukanlah pilihan metodologi, namun hanya sebuah pilihan tentang apa yang akan diteliti dalam sebuah penelitian. Kita bisa meneliti kasus secara analitik ataupun holistik,

keseluruhannya melalui pengukuran yang berulang atau secara hermeneutik, organik atau kultural, dan juga dengan penggabungan beberapa metode, tapi dalam suatu kurun waktu yang sama (Patton, 2002: 447).

Penelitian ini merupakan studi kasus intrinsik (*intrinsic case*) yaitu penelitian yang dilakukan karena peneliti ingin mendapatkan suatu pemahaman yang lebih baik dari sebuah kasus tertentu. Jadi studi atas kasus dilakukan karena alasan peneliti ingin mengetahui secara intrinsik fenomena, keteraturan, dan kekhususan kasus, bukan untuk alasan eksternal lainnya. Tujuan studi kasus intrinsik bukanlah untuk mendapatkan pemahaman tentang gagasan-gagasan abstrak atau fenomena yang umum. Studi kasus intrinsik juga tidak bermaksud untuk membangun sebuah teori (Denzin & Lincoln, 1994: 237). Penelitian ini adalah kasus tunggal dengan *single level analysis*. Menurut Mooney (1988), studi kasus tunggal dengan *single level analysis* digunakan untuk menyoroti perilaku individu atau kelompok individu dengan satu masalah penting.

### **3.5 Metode Pengumpulan Data**

Berdasarkan paradigma konstruktivis, data bersifat subjektif dalam arti didasarkan pada pandangan subjek yang diteliti. Mereka yang diteliti diperlakukan sebagai subjek penelitian yang memiliki pandangan tertentu atas apa yang menjadi perhatian peneliti. Dengan demikian, data dalam paradigma ini haruslah mencerminkan "apa yang dirasakan dan ingin disampaikan oleh subjek penelitian". Paradigma ini menggunakan teknik pelaporan yang menceritakan ulang pandangan (konstruksi) subyek. Di sini peneliti berfungsi sebagai penyambung lidah subjek penelitian (Hamad, 2005).

Wawancara mendalam adalah teknik pengumpulan data yang didasarkan pada percakapan intensif dengan suatu tujuan (Marshall & Rossman, 1989). Wawancara adalah salah satu dari alat pengumpulan data, yang menggali dengan pertanyaan baik dengan menggunakan panduan wawancara maupun kuesioner. Alat ini dipergunakan untuk memperoleh jawaban tentang apa saja hal-hal yang akan diketahui sehubungan dengan sesuatu hal, bagaimana yang dirasakan, tentang pengalaman, apa yang dilihat, pilihan sikap, hal-hal yang menjadi dasar atau alasan, dan lain sebagainya. Dengan kata lain, alat

pengumpulan data dengan wawancara adalah alat utama untuk mendapatkan informasi sebanyak dan seakurat mungkin.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan wawancara dengan menggunakan pertanyaan dasar terbuka (*basic open ended questioner*). Teknik ini digunakan untuk mendapatkan dan menggali informasi yang diketahui ataupun dialami oleh informan bahkan yang tersembunyi dalam diri informan baik yang berkaitan dengan masa lampau, sekarang ataupun yang akan datang. Dengan demikian peneliti akan memperoleh pengetahuan tentang makna-makna subjektif yang dipahami individu berkenaan dengan topik yang diteliti, dan sehingga dapat melakukan eksplorasi terhadap isu tersebut.

### **3.6 Unit Observasi dan Unit Analisis**

Unit observasi dan analisis dalam penelitian ini adalah remaja perempuan kelas menengah penggemar budaya pop Korea yang tinggal di Jakarta.

### **3.7 Alasan Pemilihan Unit Analisis**

Teknik pemilihan informan dalam penelitian ini mengikuti kriteria *purposeful sampling* yang dikemukakan Patton (2002: 234-244). *Purposeful sampling* melibatkan penelitian *information-rich case* secara mendalam dan rinci untuk memahami dan menunjukkan bagaimana pentingnya suatu kasus dibandingkan generalisasi dari sampel ke populasi.

Dari 16 strategi *sampling* dalam *purposeful sampling* yang dikemukakan Patton, cara yang paling tepat untuk penelitian ini adalah *intensity sampling*. Di sini peneliti mengambil informan yang diasumsikan memiliki banyak informasi sesuai dengan topik penelitian. Untuk itu perlu beberapa informasi pendahuluan dan pertimbangan yang didasarkan pada pendalaman sebelumnya. Karena itu pemilihan informan dalam penelitian ini tidak acak melainkan dipilih yang sesuai dengan tujuan penelitian dengan mengacu pada beberapa kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya.

Kriteria pemilihan informan dalam penelitian ini adalah remaja perempuan, kelas menengah dan tinggal di Jakarta. Penetapan kriteria ini

mengacu pada teknik *purposeful sampling* dimana kriteria pemilihan informan disesuaikan dengan tujuan penelitian.

Sesuai dengan *intensity sampling*, dimana informan dipilih berdasarkan kemampuannya menunjukkan fenomena secara jelas melalui *information-rich case* dan bukan melalui kasus ekstrem seperti dalam *extreme case sampling*, maka dalam penelitian ini informan yang dipilih adalah remaja perempuan yang telah menjadi penggemar K-pop sejak lama, yaitu sejak K-pop mulai masuk di Indonesia pada awal 2000. Dengan demikian informan akan memiliki pemahaman yang cukup luas dan mendalam tentang fenomena K-pop yang terjadi di Indonesia karena informan bukanlah penggemar baru, melainkan penggemar lama yang telah mengikuti perkembangan K-pop selama bertahun-tahun. Selain itu informan secara tidak langsung juga akan dapat memberikan gambaran tentang fenomena K-pop yang terjadi karena saat menceritakan kegemarannya terhadap K-pop informan juga akan menceritakan *peer group*-nya terutama dalam kegiatan yang berkaitan dengan K-pop.

Dalam penelitian ini dipilih informan remaja perempuan dikarenakan perempuan merupakan konsumen terbesar dalam budaya pop. Perempuan menjadi konsumen dan pembeli terbesar karena keputusan pembelian ada di tangan perempuan. Sehingga bila produk-produk budaya pop ingin laku, harus mempertimbangkan selera perempuan dan kebiasaan-kebiasaan perempuan. Dalam bidang musik, remaja perempuan memiliki andil yang cukup besar untuk menentukan jenis musik budaya pop yang akan populer di masyarakat. Terlihat, ada jenis-jenis band yang sebetulnya tidak memiliki kualitas bagus, tetapi karena ditunjang tampang yang cukup menarik, banyak remaja perempuan yang “tergila-gila”. Sehingga itulah yang kemudian dipopulerkan dalam masyarakat (Reinmarie, 2004).

Pemilihan usia remaja dikarenakan remaja memiliki karakteristik khusus yang membedakannya dengan kategori usia lainnya yaitu perilaku dan penilaian mereka yang lebih banyak dipengaruhi oleh faktor eksternal di luar diri mereka seperti *peer group* (Sanstrock, 2003). Keterlibatan faktor di luar dirinya seringkali menimbulkan pertentangan dalam diri remaja. Oleh karena itu, pemaknaan remaja

menarik untuk dikaji karena hal inilah yang membuat proses pemaknaan remaja berbeda dengan kategori usia lainnya.

Sementara itu pemilihan informan kelas menengah didasarkan pada gelombang munculnya kelas menengah, terutama di Indonesia. Seiring membaiknya kondisi ekonomi setelah krisis 1997-1998, kelas menengah Indonesia tumbuh cepat. Studi Bank Dunia menyebutkan, kelas menengah Indonesia saat ini 56,5 persen dari 237 juta penduduk. Jika pada 2003 berjumlah 81 juta jiwa, kini menjadi 134 juta jiwa atau tumbuh 65 persen selama sembilan tahun. Hasil survei Litbang Kompas yang dilakukan Maret-April lalu di enam kota besar (Jakarta, Yogyakarta, Bandung, Surabaya, Medan, dan Makassar) juga menunjukkan kisaran jumlah yang sama. Kelas menengah berjumlah 50,3 persen dan kelas menengah atas 3,6 persen, sisanya merupakan kelas atas (1 persen), bawah (39,6 persen), dan sangat bawah atau kelas yang betul-betul miskin (5,6 persen). **Dengan dominasi jumlah kelas menengah yang besar, wajah Indonesia tercermin di kelas ini** (Setiawan, 2012).

Menurut Yuswohady (2012), salah satu ciri masyarakat kelas menengah adalah mereka memiliki *disposable income* (dana sisa di luar untuk kebutuhan sandang, pangan, papan dasar) yang cukup besar. *Rule of thumb*-nya, 1/3 total pendapatan kelas menengah adalah *disposable income*. Dengan *disposable income* yang memadai mereka memiliki keleluasaan untuk memenuhi kebutuhan di luar kebutuhan dasar (*basic needs*). Perilakunya sangat digerakkan oleh kondisi lingkungan sekitarnya. Ekspresi diri diejawantahkan dalam barang-barang bersifat life-style (Syah, 2012). Hal inilah yang membuat kelas menengah memiliki kecenderungan yang besar untuk mencari hiburan dan juga konsumtif.

Dengan karakteristik yang dimilikinya, kelas menengah juga memiliki pola konsumsi yang tentunya berbeda dengan kelas sosial lainnya. Seperti yang dijelaskan lebih lanjut oleh Anshori (2009: 92) tentang pola konsumsi dan gaya hidup masyarakat kelas menengah dan kelas bawah melalui kafe tenda dan warung tenda. Kafe tenda biasanya berlokasi di kawasan elit, seperti perkiran Plaza Senayan, pusat bisnis, Mega Mall Pluit, Monas, Semanggi, di luar Plaza Senayan saat weekends, dan jalan Raden Fatah Street, Kamayoran. Di kafe tenda disediakan beraneka ragam makanan dan minuman dengan harga yang mahal jika

dibandingkan dengan penjual makanan di pinggir jalan. Kafe tenda juga dilengkapi dengan beragam fasilitas hiburan, karaoke dan dekorasi yang menarik. Pengunjungnya adalah kelas menengah yang mengendarai mobil mewah keluaran terbaru, mengenakan pakaian bermerk dan fahion terbaru. Sebaliknya, warung tenda yang banyak ditemui di sepanjang jalan di Jakarta, lebih sering dikunjungi kelas bawah. Menyediakan makanan yang lebih murah dibandingkan dengan kafe tenda. Bangunannya juga hanya berupa tenda yang ditopang beberapa tiang, dilengkapi beberapa meja dan kursi serta spanduk bertuliskan daftar menu yang disediakan. Penjelasan di atas menunjukkan bagaimana kelas sosial juga ikut menentukan pola konsumsi individu terhadap suatu hal yang sama.

Hal inilah yang menjadi alasan peneliti memilih informan dari kelas menengah. Masyarakat kelas menengah di Indonesia merupakan kelas sosial terbesar di Indonesia, dengan gaya hidup mereka yang konsumtif dan pencarian mereka akan hiburan membuat mereka memegang peranan besar dalam pola konsumsi termasuk di dalamnya konsumsi budaya pop Korea yang saat ini tengah menjadi tren di tengah masyarakat Indonesia. Alasan kedua, sesuai dengan pemaparan Anshori di atas, pola konsumsi kelas menengah terhadap K-pop tentu akan berbeda dengan kelas bawah dan kelas atas. Maka dari itu pemilihan informan dari kelas menengah dilakukan untuk melihat bagaimana kelas menengah di Indonesia yang merupakan kelas sosial terbesar di Indonesia memaknai K-pop yang saat ini tengah menjadi fenomena di tengah masyarakat Indonesia.

Yang terakhir adalah pemilihan informan dikhususkan yang tinggal di Jakarta. Menurut Shiraishi, pembangunan ekonomi telah mengubah Jakarta menjadi kota kelas menengah. Selain itu, Jakarta juga menjadi pusat perekomonian Indonesia dimana pertumbuhan kelas menengah sangat tinggi dibandingkan kota lain di Indonesia (Anshori, 2009: 91). Jakarta juga merupakan sebuah lokasi tempat di mana hegemoni kebudayaan disemai dalam mesin birokrasi dan media massa (Ibrahim, 2011: 112). Ditambah lagi, kelas menengah di Jakarta juga memiliki akses informasi yang tinggi dan akses yang mudah terhadap produk-produk budaya pop Korea, seperti konser ataupun event-event K-pop lain. Kemudahan akses tersebut membuat kelas menengah di Jakarta memiliki

karakteristik yang berbeda dengan kelas menengah di kota lainnya di Indonesia sehingga pemaknaan mereka tentunya akan berbeda pula.

Dalam penelitian ini hanya digunakan satu informan. Pada awalnya peneliti telah menetapkan tiga informan sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya dengan mengacu pada *purposeful sampling*. Setelah melakukan wawancara terhadap ketiganya, peneliti membutuhkan data yang lebih dalam sehingga harus melakukan interview kembali. Karena adanya keterbatasan waktu, terkait dengan verbatim dan proses coding membutuhkan waktu yang cukup lama, setelah berdiskusi dengan pembimbing maka peneliti memutuskan untuk menggunakan satu informan. Informan yang dipilih adalah informan yang dianggap paling mampu memberikan data yang dibutuhkan oleh peneliti dan lebih mudah untuk dijangkau dalam arti mau segera memberikan waktunya untuk diwawancara. Patton menjelaskan bahwa dalam penelitian dapat digunakan kombinasi beberapa sampel. Oleh karena itu, pada tahapan ini peneliti memadukan *intensity sampling* dengan *convenience sampling* karena cara ini memungkinkan peneliti untuk lebih mudah mempunyai akses kepada informan yang dituju. Dengan satu informan yang dapat memberikan banyak data penelitian ini akhirnya difokuskan pada *in-depth information* untuk memperoleh kedalaman data dari satu informan. Hal ini sesuai dengan penjelasan Patton (2002: 244) yang menjelaskan bahwa peneliti dapat meneliti secara spesifik sejumlah besar individu (mencari keluasan data) atau sejumlah kecil individu (mencari kedalaman data). *In-depth information* dari sejumlah kecil individu seperti dalam penelitian dapat sangat berharga terutama jika mereka kaya akan data.

### **3.8 Proses Analisis Data**

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *thematic coding*. Menurut Klaus Bruhn Jensen dan Nicholas W. Jankowski dalam bukunya *A Handbook of Qualitative Research for Mass Communication Research*, *thematic coding* dilakukan dengan membuat identifikasi, perbandingan dan mempertentangkan makna elemen, ketika hal itu muncul dan muncul kembali dalam konteks yang berbeda.

Dalam melakukan proses analisis data tematik ada beberapa tahapan yang dilakukan oleh peneliti:

- a. Menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu data primer dari transkrip setiap informan yang diperoleh melalui wawancara mendalam dan pengamatan yang ditulis dalam catatan lapangan. Setelah itu peneliti melakukan inventaris data seperti mengecek kualitas dari data yang telah didapat untuk kemudian dibaca dan dipelajari.
- b. Mereduksi data, dilakukan dengan membuat abstraksi, yaitu rangkuman sehingga inti, proses dan pernyataan-pernyataan yang diperlukan dapat diambil, sedangkan data yang tidak dibutuhkan dapat direduksi agar tidak mengaburkan fokus penelitian.
- c. Setelah mereduksi data, tahap selanjutnya adalah menyusun data-data tersebut ke dalam satuan-satuan. Menurut Guba dan Lincoln, tipologi satuan atau unit adalah satuan informasi yang berfungsi untuk menentukan atau mendefinisikan kategori. Setelah itu peneliti berusaha menemukan dan memberi label sesuai dengan pernyataan yang diberikan oleh para informan untuk kemudian digunakan untuk menemukan ciri, atribut, atau karakteristik yang membedakan sesuatu yang lain.
- d. Setelah menentukan tipologi satuan, tahap selanjutnya adalah penyusunan satuan. Ada dua karakteristik menurut Guba dan Lincoln. Pertama satuan itu harus *heuristic* yaitu mengarah kepada satu pengertian atau satu tindakan yang diperlukan oleh peneliti dan satuan itu hendaknya menarik. Kedua, satuan itu hendaknya merupakan "sepotong" informasi terkecil yang dapat berdiri sendiri, artinya satuan itu harus dapat ditafsirkan tanpa informasi tambahan selain pengertian umum dalam konteks data penelitian.
- e. Tahap selanjutnya adalah kategorisasi dengan melakukan koding. Hal-hal yang harus dikerjakan adalah membuat kategorisasi koding, kemudian membuat format transkrip untuk koding data, setelah itu membaca transkrip lalu membuat kode untuk unit data pada transkrip, dan merumuskan data kode ke dalam masing-masing kategori.

- f. Setelah melakukan kategorisasi dengan koding, selanjutnya yang harus dilakukan adalah menemukan pola atau tema. Pola atau tema seolah tampil secara acak, maka peneliti harus melakukan proses mengkode informasi yang akan menghasilkan daftar tema. Tema minimal dapat mendeskripsi fenomena dan secara maksimal memungkinkan interpretasi fenomena. Tahap akhir adalah pemeriksaan keabsahan data dengan melihat kesinambungan data antara satu informan dengan informan lainnya.

### 3.9 Kualitas Penelitian

Kriteria kualitas penelitian yang digunakan dalam perspektif konstruktivis adalah *trustworthiness* dan *authenticity* (Birowo, 1994: 121). Dalam perspektif konstruktivis, *trustworthiness* terdiri dari *credibility (internal validity)*, *transferability (external validity)*, *dependability (reliability)* dan *confirmability (objectivity)* (Patton, 2002: 546). Otentitas dan keterpercayaan diperlihatkan melalui pendokumentasian proses riset dan keputusan-keputusan yang dibuat oleh penulis selama riset berlangsung (Daymon, 2008).

#### a. *Authenticity*.

Secara keotentikan, penelitian ini memberikan sumber dan pengolahan informasi yang benar. Data yang disajikan mengenai informan adalah data asli dan benar, tidak ada pemalsuan dan penipuan yang semuanya diperoleh langsung melalui wawancara mendalam dengan informan. Hal ini didukung dengan transkrip wawancara dan hasil *coding*. Informasi dan referensi yang dijadikan sebagai bahan dalam melakukan penelitian juga diambil dari referensi-referensi terpercaya baik dari buku teks, jurnal, karya ilmiah, maupun *website* organisasi yang dapat dipercaya.

- b. *Trustworthiness*. Kepercayaan dalam penelitian ini dapat diukur dari tiga variabel, yaitu:

*Credibility*. Kredibilitas data dalam penelitian dicapai dengan jalan mengumpulkan data se-obyektif dan selengkap mungkin. Jika perlu

dilakukan pengecekan data secara berulang sebelum hasil penelitian disimpulkan. Dalam penelitian ini, wawancara terhadap informan dilakukan secara berulang-ulang agar data yang dikumpulkan menjadi lengkap.

**Transferability.** Menurut Guba dan Lincoln (1985: 124), *transferability* adalah fungsi langsung dari kesamaan antara dua konteks yang dapat kita sebut sebagai "*fittingness*". *Fittingness* diartikan sebagai tingkat kesesuaian antara pengiriman dan penerimaan konteks. Jika konteks A dan konteks B "cukup" sesuai, maka hipotesis dari konteks awal mungkin akan dapat diaplikasikan dalam konteks penerimaan (Patton, 2002: 584).

Oleh karena itu, transferabilitas mengacu kepada tingkatan mana hasil penelitian ini dapat ditransfer kepada konteks yang lain atau *setting* yang lain. Untuk itu peneliti berusaha agar hasil dari tulisan ini sebisa mungkin merupakan suatu yang didapat dari pengamatan yang sesuai dengan konteksnya. Penelitian mengenai pemaknaan remaja perempuan terhadap produk budaya populer telah pernah dilakukan. Salah satunya adalah pemaknaan mahasiswi di Jakarta terhadap *premarital intercourse* dalam film porno Indonesia. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *peer group* dan konteks budaya yang dimiliki remaja perempuan berperan besar dalam mewarnai pemaknaannya terhadap film porno. Penelitian lainnya adalah pemaknaan remaja perempuan terhadap budaya pop Jepang dalam tesis tentang Imperialisme Budaya dan Pembentukan Identitas. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bagaimana pengaruh sosialisasi keluarga dan *peer group*, dengan aneka norma dan nilai budaya lokal yang melekat dalam praktek sosial sehari-hari, ikut melatarbelakangi pemaknaan remaja perempuan terhadap produk budaya populer baik yang berasal dari budaya yang sama atau budaya asing. Penelitian ini juga merupakan kelanjutan dari penelitian-penelitian sebelumnya. Sama dengan hasil penelitian terdahulu tentang pemaknaan remaja perempuan terhadap budaya pop, penelitian ini juga menunjukkan bagaimana *peer group* dan konteks budaya ikut mewarnai pemaknaan remaja perempuan terhadap K-pop.

*Confirmability*. Secara konfirmabilitas, peneliti mengumpulkan data dan fakta di lapangan yang sesuai dengan apa yang ingin diteliti. Pengumpulan data diantaranya dilakukan dengan wawancara mendalam dengan informan. Setelah itu, peneliti berusaha mencari referensi yang tepat dan dapat dipercaya untuk mendapatkan informasi, menganalisis, dan menginterpretasikan hasil yang diperoleh melalui wawancara. Selanjutnya, hasil yang diperoleh didiskusikan dengan dosen pembimbing serta penggemar K-Pop untuk mengkonfirmasi kesesuaian hasil data yang diperoleh dengan proses penelitian yang dilakukan. Dengan demikian diharapkan hasil yang diperoleh akan lebih objektif.

### **3.10 Keterbatasan Penelitian**

Hasil penelitian tidak mampu menggambarkan pemaknaan secara keseluruhan dikarenakan jumlah informan yang hanya satu. Hasil penelitian hanya mampu menggambarkan pemaknaan dominan dan negosiasi. Sementara resistensi dalam pemaknaan oposisi tidak dapat digambarkan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, penelitian ini tidak dapat menggambarkan pola pemaknaan secara utuh.

## BAB IV

### ANALISIS HASIL PENELITIAN

#### 4.1 Profil Informan

Informan DD adalah seorang perempuan penggemar K-pop, berusia 24 tahun, berasal dari keluarga kelas menengah dan tinggal di daerah Jakarta Selatan. Informan adalah anak terakhir dari empat bersaudara yang semuanya perempuan. Orang tuanya berasal dari etnik Jawa-Sunda. Sedari kecil informan telah dididik dengan nilai-nilai etnik Jawa-Sunda. Sebagai anak bungsu di keluarganya informan dibiasakan untuk memanggil kakaknya dengan sapaan "tete" yang berarti kakak perempuan dalam bahasa Sunda. Saat ini informan tidak bekerja karena baru berhenti dari pekerjaan lamanya sebagai karyawan swasta.

#### 4.2 Diri yang Korea

Kegemaran informan terhadap K-pop tercermin dari kegiatan dan cita-citanya. Setelah *resign* dari pekerjaannya sebagai karyawan swasta, informan lebih sering berada di rumah sehingga waktunya untuk menonton K-drama jadi lebih banyak. Hampir sebagian besar waktunya di rumah digunakan untuk menonton K-drama yang tayang di TV. Bahkan terkesan jika kegiatan lainnya yang menjadi 'kewajibannya' seperti menyapu rumah dan mencari lowongan kerja menjadi aktivitas sampingan yang dilakukannya di sela-sela aktivitas menonton K-drama.

"Ya sebelum itu mulai. Kan dari jam tiga sampai setengah 5 ada jeda K-drama tuh, ada acara berita kayanya sama gosip apa gitu. Nah aku nyapu rumahnya pas di situ sekalian sholat Ashar, kadang mandi juga. Tapi aku lebih seringnya mandi jam 6 sih habis nonton K-drama sekalian sholat Maghrib. ... Biasanya malem tuh baru aku ngurus-ngurus lowongan. Habis makan malam, nonton K-drama dulu di One Channel, mulainya jam 8 sampe jam 9. Baru deh masuk kamar, ngurus-ngurus lowongan"

Dalam mencari lowongan pekerjaan informan lebih sering menggunakan media *online*, melalui twitter dan jobstreet. Alasannya karena lebih praktis. Selain itu informan juga memang tidak suka membaca sehingga jarang menggunakan

media cetak. Informan mengaku membeli Kompas Sabtu hanya untuk melihat informasi lowongan kerja.

Tidak hanya kegiatan sehari-hari, kegiatan informan saat *weekend* juga tidak lepas dari Korea, terutama saat *hangout* bersama *peer group*-nya yang juga penggemar K-pop. Informan dan *peer group*-nya biasa *hangout* di Ganci, Senci dan GI. Hal ini dikarenakan tidak ada alternatif tempat lain untuk *hangout* di Jakarta dan mall-mall tersebut letaknya paling di tengah, sehingga mudah dijangkau oleh semua. Sebagai penggemar K-pop, kegiatan mereka saat *hangout* hampir semuanya berhubungan dengan Korea. Mulai dari pemilihan tempat makan hingga topik obrolan. Untuk pemilihan tempat makan biasanya mereka makan di restoran Mr. Dup Bap dan Cozy Happy Friends. Informan dan *peer group*-nya biasa memesan sundubu, bibimbap dan topokki. Sementara itu, untuk topik obrolan biasanya mereka membahas tentang pekerjaan dan K-pop. Namun, porsi pembicaraan tentang K-pop lebih banyak dibandingkan pekerjaan.

"Ngebahas kerjaan kadang-kadang, tapi lebih sering sih ngebahas drama atau musik-musik."

K-drama yang menjadi topik obrolan informan dan *peer group*-nya biasanya berupa rekomendasi K-drama terbaru, sinopsis, jumlah episode, pemain, jumlah disk serta bagian favorit. Sementara topik obrolan musik K-pop jauh lebih banyak. Biasanya mereka membahas *Music Video* (MV) terbaru dan acara musik. Yang dibahas dari MV terbaru tentu saja konsep MV, apakah sesuai dengan lagu atau tidak. Demikian pula fashion dalam MV tersebut, baik itu gaya berpakaian ataupun model rambut. Mereka juga biasanya membahas penampilan *boyband* idola mereka Suju atau EXO di acara musik seperti Inkigayo. Yang dibahas biasanya penampilan di atas panggung serta fashion, berupa gaya berpakaian dan model rambut. Penampilan *boyband* idola mereka adalah topik obrolan favorit informan dan *peer group*-nya.

"Kita jadi kaya *fashion police* deh kalau udah ngomongin *style*-nya mereka."

Dalam percakapan sehari-hari informan dan *peer group*-nya juga sering menggunakan istilah Korea seperti, *omo*, *mianhe*, *gomawo*, *kamsahamnida*, *aniyo*.

Tidak hanya itu media yang mereka gunakan untuk mengobrol melalui *smartphone*-nya adalah kakaotalk. Kakaotalk adalah aplikasi *chatting* buatan Korea yang memungkinkan penggunanya mendapat info terbaru dari bintang K-pop yang di-*follow*-nya di *friendplus* Kakaotalk. Hal ini pula yang membuat informan dan *peer group*-nya menggunakan kakaotalk, padahal awalnya mereka semua menggunakan aplikasi whatsapp. Selain karena kelebihan fitur berupa *emoticon* yang lebih ekspresif, mereka juga dapat memperoleh informasi tentang Super Junior dan EXO, dua boyband yang menjadi idola mereka.

"Itu kan aplikasi dari Korea. Jadi ada *friendplus* juga artis Korea, kalo temenan sama mereka gitu ntar kita dapet notif kalau mereka *posting* video, foto atau berita di *friendplus*-nya mereka. Semacam *fan page* lah kalau di Facebook. Jadi kakaotalk itu kaya kerja sama deh sama manajemennya artis-artis itu buat promo. Jadi kalau ada info apa gitu, mereka suka *posting* di *friendplus* itu."

Kemampuan informan dalam berbahasa Korea dikarenakan informan pernah mengikuti kursus bahasa Korea. Walaupun hanya satu level Basic, namun informan mengaku sudah mampu merangkai kalimat-kalimat sederhana. Informan berhenti kursus dikarenakan jarak tempat les yang jauh serta cara mengajar guru yang terlalu cepat. Informan yang baru belajar bahasa Korea merasa kesulitan untuk mengejar pelajaran, sehingga informan tidak mampu mengikuti dan akhirnya menyerah. Ditambah lagi, teman sekelas yang menurut informan kebanyakan ABG labil.

Alasan utama informan kursus bahasa Korea adalah karena kegemarannya terhadap *boyband* Korea. Informan mengaku sering iri dengan fans yang bisa membalas tweet para personel Suju di twitter dengan menggunakan bahasa Korea. Informan juga ingin dapat mengerti arti tweet personel Suju tanpa harus menggunakan *Google translate*, karena menurutnya terjemahan *Google translate* sering *ngaco*. Alasan kedua adalah karena informan ingin mencari beasiswa S2 ke Korea. Menurut informan kemampuan bahasa Korea nantinya bisa menjadi nilai plus dalam mencari beasiswa dan akan sangat dibutuhkan saat dia di sana.

Mencari beasiswa S2 ke Korea adalah salah satu cita-cita informan selain berkunjung ke Korea untuk liburan. Keinginan ini juga didukung oleh *peer group*-nya terutama Sashki, yang saat ini sedang kuliah S2 di Seoul National University.

Menurut informan Sashki selalu 'mengompori' betapa enaknyanya kalau informan nanti kuliah di Korea.

" Iya dia bilangnyanya nyari beasiswanya ke sini aja. Kan ntar bisa jalan-jalan ke Jeju, bisa ke Kona Beans, bisa nonton Super Show langsung di Korea. Pokoknya kaya gitu deh, kan aku makin pengen ke sana."

Hal ini membuat informan semakin ingin kuliah di Korea karena menurut informan nantinya dia bisa jalan-jalan setiap minggunya dan nonton Konser Suju langsung di Korea dengan harga tiket yang jauh lebih murah jika dibandingkan dengan harga tiket di Indonesia. Selain faktor *peer group* alasan lainnya adalah persyaratan beasiswa yang lebih mudah jika dibandingkan ke US dan Eropa serta kualitas pendidikan di Korea yang lebih bagus dibandingkan Indonesia.

"Seoul National University kan ranking ke 4 di Asia versi QS 2012, UI sama UGM aja yang katanya paling bagus di Indonesia rankingnya puluhan."

Cita-cita informan yang lain adalah berkunjung ke Korea untuk liburan. Hal ini juga merupakan impian bersama informan dan *peer group*-nya. Mereka bahkan telah menyusun daftar tempat-tempat yang ingin mereka kunjungi saat di sana. Tempat-tempat yang ingin mereka kunjungi adalah lokasi syuting K-drama yang sering mereka lihat di TV seperti Jeju island, museum Teddy Bear, tempat wisata di Seoul seperti Nimsan tower dan juga kafe milik personel Suju, seperti K-Story, Kona Beans, Hans & Gretel dan Y-Style. Tempat yang paling ingin dikunjungi informan di Korea adalah kafe milik personel Suju karena informan berharap saat mereka berkunjung ke sana mereka dapat bertemu Suju secara langsung.

"Itu toko sama resto yang punya *member*-nya Suju, mereka sering banget ke sana. ... kali aja pas kita lagi ke sana ada Suju."

Selain kesamaan dalam hal impian ke Korea dan kegemaran terhadap K-pop. Informan dan *peer group*-nya juga memiliki kesamaan dalam gaya berpakaian. Mereka semua menyukai fashion K-pop dan menjadikannya referensi gaya berpakaian sehari-hari. Namun mereka tidak mengikuti gaya berpakaian yang seksi, mereka hanya memadu padankan fahion K-pop agar tetap sesuai dengan

gaya mereka dan nilai budaya yang ada di Indonesia. Informan sendiri diberi batasan berpakaian oleh ayahnya. Saat keluar rumah informan hanya diperkenankan mengenakan bawahan yang pendeknya persis di atas lutut. Dari hasil pengamatan peneliti saat melakukan interview di rumah informan, foto-foto informan bersama *peer group*-nya memang menunjukkan bahwa gaya berpakaian mereka memang mengikuti fashion K-pop. Seperti di salah satu foto dimana informan tampak mengenakan *dress* putih selutut dipadukan dengan cardigan ala Korea dengan warna khaki.

Hubungan informan dengan keluarganya juga cukup dekat, jika tidak ada acara dengan *peer group*-nya informan biasanya menghabiskan *weekend* dengan keluarganya. Namun, belakangan ini frekuensinya semakin jarang karena masing-masing punya kesibukan sendiri. Sebelum pergi ke mall atau makan di restoran sang ayah selalu menanyakan mereka ingin kemana atau ingin makan di mana. Biasanya mereka akan pergi ke PIM untuk makan bareng di restoran Jepang yang menjadi favorit keluarga. PIM dipilih karena lokasinya cukup dekat dan ada banyak pilihan tempat makan. .

### 4.3 Kegiatan Menonton K-drama

Informan mengenal K-drama sejak tahun 2000, ketika menonton K-drama *All About Eve*. Saat itu alasan utama informan menonton K-drama adalah karena *peer group*. Hampir semua *peer group* informan menonton K-drama. Hal ini membuat informan merasa dia 'wajib' menonton K-drama tersebut. Informan takut jika *peer group*-nya membicarakan tentang K-drama tersebut dan dia tidak tahu apa-apa maka dia akan dikucilkan.

"Kayanya semua orang nonton gitu, jadi ya aku juga nonton. Hhe.. Temen-temenku juga pada nonton soalnya. Kalau ga nonton kan gimana gitu rasanya, beda sendiri. Ntar mereka ngomongin aku ga tau lagi mereka ngobrol apaan."

Selain *peer group*, anggota keluarga informan juga ada yang penggemar K-drama, yaitu ibu dan kakak perempuannya. Ibu informan bahkan telah menonton K-drama sejak K-drama pertama kali tayang di TV yaitu ketika *Winter Sonata* dan *Endless Love* tayang. Alasan utama ibu mulai menonton K-drama adalah jalan

ceritanya yang dekat dengan keseharian sehingga konflik tidak mengada-ada berbeda dengan sinetron yang jalan ceritanya sering tidak masuk di akal. Episodenya juga tidak panjang sehingga tidak membosankan. Didukung pula oleh pemain yang tampan dan cantik serta lokasi syuting yang indah.

Kadang informan dan ibunya suka menonton K-drama bersama terutama K-drama yang tayang sore dan malam. Biasanya mereka menonton di ruang keluarga karena TV di ruangan tersebut memiliki fasilitas TV kabel. Namun, informan mengaku lebih suka menonton sendiri di kamarnya karena merasa lebih bebas.

"...mau ketawa ngakak juga nggak apa-apa. Atau kalau lagi sedih banget adegannya aku suka terharu sendiri terus nangis. Aku kan malu kalau nangis gara-gara K-drama."

Setiap hari informan menonton K-drama yang tayang di TV. K-drama tersebut tayang pagi, siang, sore dan malam hari. Di pagi hari informan menonton K-drama *Bread, Love and Dreams* yang tayang di ANTV, dari jam 10.00-11.00. Siang hari, informan menonton *Naughty Kiss* yang tayang di INDOSIAR, mulai jam 12.00-13.30, dilanjutkan dengan *Protect the Boss* dari jam 13.30-15.00. Di sore hari informan, menonton *Flower Boy* di INDOSIAR dari jam 16.30-18.00. Malam hari informan menonton *Fashion King* dan *Rooftop Prince* mulai pukul 20.00-21.30 di One Channel. Biasanya di malam hari informan menonton K-drama bersama ibunya, karena K-drama tersebut tayang di TV kabel dan fasilitas TV kabel hanya ada di ruang keluarga. Rata-rata K-drama yang ditonton informan berdurasi 1-1,5 jam dan tayang 5x/minggu atau 2x/minggu.

Di saat *weekend* ketika tidak ada kegiatan di luar rumah, informan dan kakaknya kadang menonton DVD bersama. Biasanya mereka maraton menonton 2-4 disk dengan durasi 2-4 jam. DVD yang mereka tonton adalah DVD K-drama baru yang belum tayang di TV. Hal ini pula yang membuat informan memilih untuk menonton DVD K-drama di saat *weekend* karena setiap harinya ada K-drama yang tayang di TV, sementara Sabtu-Minggu tidak ada K-drama yang tayang di TV.

K-drama yang ditonton informan di TV semuanya bergenre *comedy-romance* yang merupakan genre favorit informan. Informan menyukai genre *comedy-romance* dikarenakan genre ini menghibur dan tidak membuat informan

'berpikir' banyak karena alur cerita yang rumit. Selain genre dan *peer group*, faktor lain yang menjadi alasan informan dalam menonton K-drama adalah faktor pemain, lokasi syuting yang indah serta penampilan para aktor dan aktris pendukung. Alasan lainnya adalah karena sinetron Indonesia yang menurut informan semakin membosankan dan tidak menarik untuk ditonton, mulai dari episode yang terlalu panjang hingga konflik dan penampilan pemain yang sering berlebihan.

Sebagai sesama penggemar K-drama, informan juga sering mengobrol tentang K-drama dengan kakaknya namun obrolan mereka hanya sebatas info K-drama terbaru, berupa judul, sinopsis dan pemain. Sementara dengan *peer group* hampir semua hal mereka bahas, mulai dari pemain, adegan favorit, fashion hingga kerennya *gadget* yang ada di K-drama.

"...mulai dari aktor, adegan per adegan..gimana gantengnya Siwon pas di Skip Beat. Baju, boots, model rambut, sampai gimana kerennya *gadget* yang mereka pake, kita kan jadi tergila-gila sama pink note gara-gara liat di Rooftop prince."

*Peer group* informan juga berperan menjadi salah satu sumber informasi informan tentang K-drama terbaru, terutama Marista, Rini dan Nia yang memang rutin membeli DVD K-drama terbaru. Jika ada DVD K-drama baru mereka akan memberitahunya kepada informan, tidak hanya itu mereka bahkan menawarkan apakah informan mau meminjam DVD mereka atau tidak. Selain itu, sumber informasi lainnya adalah twitter @KDramaIndo yang di-*follow* informan. Akun ini secara rutin memposting info terbaru seputar K-drama, mulai dari judul, sinopsis, pemain, dan jumlah episode.

#### **4.4 Pemaknaan terhadap K-drama**

Menurut informan K-drama yang ditontonnya selalu menampilkan 'keberhasilan' Korea. Bagaimana Korea Selatan yang dulunya bukan apa-apa menjadi bangsa yang diperhitungkan di dunia internasional, menjadi kekuatan ekonomi baru dunia dan budaya popnya disukai di seluruh dunia.

"Kalau menurut aku sih pada kenyataannya emang gitu kok, lihat aja sekarang siapa sih yang nggak tau Korea Selatan. Negara yang dulunya bukan apa-apa sekarang jadi negara yang diperhitungkan di dunia ."

Tidak hanya itu, K-drama juga selalu menampilkan karakteristik masyarakat Korea yang tetap mempertahankan nilai-nilai tradisi di tengah kemajuan bangsa. K-drama menampilkan Korea Selatan sebagai negara yang mampu menyelaraskan kemajuan bangsa dan nilai tradisi. Mereka menunjukkan bagaimana kemajuan yang identik dengan budaya Barat dapat berharmonisasi dengan nilai-nilai keluhuran budaya Timur.

Kemajuan Korea Selatan dapat dilihat dari kemajuan teknologi yang ditunjukkan dalam K-drama. Masyarakat Korea Selatan dalam K-drama digambarkan sebagai masyarakat yang memiliki gaya hidup yang *'high tech'*. Hal ini terlihat dari peralatan rumah tangga yang super canggih, pintu yang dilengkapi kunci otomatis, cctv di hampir semua rumah serta *gadget* yang serba *touch screen* dan merupakan seri terbaru. Tidak hanya itu *interior* rumahnya juga sangat minimalis dan fashion yang dikenakan juga sangat *stylish*. Jadi tidak heran jika Korea telah menjelma menjadi salah satu kiblat fashion anak muda. Semua ini menunjukkan kemajuan dan sisi modern dari Korea. Di sisi lain mereka juga tidak melupakan ke-Korea-an mereka dan menunjukkannya melalui upacara tradisional yang selalu dimunculkan dalam setiap K-drama, seperti upacara pernikahan dan tata cara makan tradisional yang menggunakan sumpit aluminium.

Tidak hanya itu, nilai-nilai budaya berupa nilai Hofstede, seperti kolektivitas, penghargaan terhadap senioritas dan nasionalisme yang bersumber pada ajaran Confucianisme juga menjadi nilai yang 'wajib' ada dalam setiap K-drama. Nilai-nilai itu terwujud dalam nilai kekeluargaan yang kental, penghormatan kepada orang yang lebih tua dan kecintaan terhadap produk dalam negeri.

K-drama selalu menampilkan masyarakat Korea yang memegang teguh nilai kekeluargaan dan selalu mendahulukan kepentingan keluarga di atas kepentingan pribadinya. Bahkan mereka rela mengorbankan kepentingan pribadinya demi kepentingan keluarga. Masyarakat Korea menganggap pengorbanan seperti itu sebagai bagian dari bakti terhadap keluarga. Informan mencontohkan dalam K-drama *Twinkle-twinkle*, bagaimana anak perempuan tertua dalam keluarga itu rela mengorbankan cintanya kepada kekasihnya demi menyelamatkan perusahaan keluarganya.

"Kaya di K-drama *Twinkle-twinkle*. Mereka kan punya bisnis penerbitan gitu. Trus karena ada konflik, bisnisnya nyaris bangkrut. Di situ keliatan banget gimana setiap anggota keluarga berusaha mati-matian buat mempertahankan bisnis itu. Bahkan anak perempuan tertua di keluarga itu rela mengorbankan cintanya pada kekasihnya agar bisnis keluarganya dapat terselamatkan."

Selain itu masyarakat Korea juga sangat menjunjung tinggi penghormatan kepada orang yang lebih tua, tidak hanya orang tua namun juga semua orang yang usianya lebih tua. Di K-drama selalu ditampilkan bagaimana orang Korea akan dianggap kurang ajar jika tidak menggunakan bahasa formal dan sapaan hormat terhadap orang yang lebih tua.

Yang terakhir adalah nasionalisme yang tercermin dari nasionalisme konsumen. Menurut informan hampir di setiap K-drama masyarakat Korea selalu menggunakan produk dalam negeri, terutama *gadget* dan mobil.

"Handphone orang Korea, mayoritas pasti Samsung kalo nggak LG. Jadi ga heran kalau mereka adalah pengguna android terbesar di dunia."

Informan mencontohkan di K-drama *Fashion King* dan *Rooftop Prince*, hampir semua tokoh dalam K-drama tersebut menggunakan Samsung Galaxy Note. Tidak hanya itu, jika kita perhatikan jalanan di Seoul juga selalu dipenuhi mobil-mobil buatan Korea seperti Hyundai. Menurut informan hal ini menunjukkan kebanggaan masyarakat Korea dalam menggunakan produk dalam negerinya.

"Mereka kayanya punya kebanggaan sendiri kalau pake produk Korea. Itu hal yang bagus banget dan patut kita tiru."

Dari sekian banyak hal yang ditampilkan dalam K-drama nilai-nilai budaya adalah hal yang dimaknai dominan oleh informan. Dapat ditarik kesimpulan bahwa informan menilai kemajuan Korea salah satunya didukung oleh kemampuan mereka dalam mengharmonisasikan nilai budaya dan modernitas. Semodern apa pun kehidupan masyarakat Korea saat ini, secanggih apa pun teknologi mereka, nilai-nilai tradisional Korea tetap mereka pertahankan. Oleh karena itu, di tengah kemajuan bangsa yang berpotensi mengubah

masyarakat menjadi masyarakat yang individualis, nilai-nilai budaya Korea yang tetap mengakar dalam kehidupan masyarakat Korea membuat mereka tetap menjunjung tinggi nilai-nilai luhur budaya Timur.

#### 4.5 Pemaknaan terhadap K-pop

Perkenalan informan dengan K-pop diawali tahun 2006/2007, ketika sahabatnya Marista memintanya untuk menonton MV Super Junior - Sorry sorry di Youtube. Sejak itulah informan menyukai K-pop hingga sekarang. *Boyband* favorit informan adalah Super Junior dan EXO. Awalnya informan hanya menyukai Super Junior, namun karena *peer group*-nya sering membicarakan EXO dan menyuruhnya untuk mendengarkan musik dan melihat MV-nya di Youtube, akhirnya informan juga menyukai EXO.

"Gara-gara diracunin sama sahabat-sahabatku itu. Mereka ngomonginnya EXO mulu, aku disuru dengerin lagu dan liat videonya. Akhirnya dengerin, trus makin suka deh. Apalagi sering nonton juga di acara musik K-pop gitu, jadi makin sering liat jadi makin suka."

Kecintaannya terhadap Super Junior membuat informan rela untuk mengeluarkan uang 1,7 juta rupiah untuk membeli tiket konser Suju. Bahkan menurut informan uang tersebut memang sengaja dia tabung untuk membeli tiket konser Suju. Bagi informan hal tersebut adalah sesuatu yang wajar karena baginya menonton konser Suju di Indonesia bagaikan mimpi yang jadi kenyataan.

"Nonton dooong. Yaolo itu akhirnya mereka ke sini masa aku nggak nonton. Hahaha.. It's like a dream comes true."

Informan mengatakan bahwa dia tidak menonton semua konser K-pop di Indonesia. Informan hanya menonton konser *boyband* idolanya saja karena dia merasa sayang jika harus mengeluarkan uang sekian juta untuk menonton konser K-pop yang bukan idolanya.

Selain karena faktor *peer group*, alasan informan menyukai musik K-pop dikarenakan musik yang enerjik, gaya *dance* yang dinamis, MV yang *colorful* dan penyanyi yang tampan dan *stylish*. Menurut informan musik K-pop memiliki

keunikan tersendiri yaitu irama yang *ear-catching* sehingga walaupun orang tidak mengerti lirik lagunya mereka tetap menyukai K-pop.

"Iramanya tuh *ear catching*, mungkin itu yang bikin orang suka biarpun nggak tahu artinya apaan."

Selain itu didukung pula oleh MV yang *colorful*. Menurut informan warna-warna yang digunakan dalam MV *girlband* K-pop selalu mengingatkannya akan dunia barbie.

"Video klipnya juga bagus-bagus. Apalagi yang *girlband* warnanya tuh selalu kaya *candy-candy color* gitu deh. Jadi kesannya tuh ceria, kaya di dunia barbie. Seneng aja gitu liatnya."

Menurut informan hal ini adalah salah satu kelebihan K-pop, musik yang *ear-catching* didukung penampilan yang *eye-catching* sehingga musik K-pop menjadi satu paket yang menarik. Musik K-pop tidak hanya memanjakan telinga pendengarnya namun juga mata penonton. Berbeda dengan musik pop Indonesia, yang menurut informan tidak menarik, monoton, plagiat dan bahkan 'alay'.

"Pop Indonesia selalu dan itu-itu aja, ga ada variasinya. Terakhir-terakhir malah ngikut *boyband* dan *girlband* Korea atau ga musiknya alay-alay, kaya Kangen band dan ST12 yang menurut aku ga jelas liriknya kaya gimana."

Dari semua hal yang ditampilkan dalam musik K-pop, fashion seksi dan androgyny adalah dua hal yang dimaknai negosiasi oleh informan. Menurut informan pakaian seksi para *girlband* berupa *dress* pendek dan ketat serta *mini skirt* dan *hotpants* adalah bentuk ekspresi diri sekaligus 'pemberontakan' terhadap aturan berpakaian dalam budaya Timur.

Demikian pula dengan androgyny dalam K-pop. Dalam K-pop banyak personel *boyband* yang berdandan ala perempuan, mengenakan baju berwarna pink, blazer dengan renda-renda, memakai *eye liner* dan *lipgloss* berwarna, serta *bangs* (poni) seperti perempuan. Ada pula personel *girlband* yang berdandan ala perempuan, dengan potongan rambut cepak dan mengenakan model pakaian laki-laki seperti jas. Menurut informan, androgyny adalah bentuk keberanian dalam menentang *mainstream*. *Mainstream* di sini adalah aturan berpakaian di

masyarakat yang dibuat berdasarkan gender. Misalnya, perempuan harus mengenakan rok, 'dilarang' berambut cepak, laki-laki 'diharamkan' menggunakan warna pink dan make up karena hal tersebut identik dengan perempuan.

Dalam fashion androgyny tidak dikenal batasan gender, laki-laki dan perempuan dapat mengenakan apa pun yang mereka inginkan tanpa harus mengikuti 'pakem' gender yang telah ada. Oleh karena itu, perempuan yang berdandan maskulin ala laki-laki atau sebaliknya laki-laki yang berdandan cantik ala perempuan menurut informan adalah bentuk *fashion identity* dan tidak ada hubungannya dengan *sexual orientation* seperti pendapat negatif mayoritas masyarakat.

"Aku sih ngeliatnya lebih ke fashion ya. Bentuk rebelnya mereka dari segi fashion, cara mereka mengekspresikan diri. *Fashion identity* sama *sexual identity* itu beda lah. Ga lantas orang yang androgyny itu gay."

Dalam dunia K-pop pakaian seksi dan androgyny adalah dua hal yang 'wajib ada'. Hal ini bisa jadi merupakan upaya untuk menunjukkan kepada masyarakat luas (dunia) bahwa Korea Selatan yang merupakan masyarakat timur juga memiliki kebebasan berekspresi dalam berpakaian yang tidak kalah dengan masyarakat barat.

## BAB V

### DISKUSI DAN KESIMPULAN

#### 5.1 Diskusi

Penelitian ini didasarkan pada teori-teori yang melihat arti penting khalayak dalam menginterpretasikan teks-teks media. Dalam *reception studies*, makna tidak sepenuhnya ditentukan oleh media melainkan terbentuk dari interaksi antara teks dengan khalayak media. Penelitian ini berusaha melihat bagaimana K-pop yang pada dasarnya merupakan produk budaya populer yang berasal dari Korea Selatan yang tentunya sarat dengan nilai dan gaya hidup masyarakat Korea Selatan dapat diterima oleh remaja putri Indonesia yang memiliki latar belakang budaya yang berbeda dengan K-pop.

Sejak 2002 hingga sekarang, popularitas K-pop di Indonesia memang tidak dapat dibendung. Hal ini diawali dengan penayangan K-drama di TV yang terus berlangsung hingga sekarang. Bahkan sejak 2010 intensitas tayangan K-pop di TV semakin sering sejalan dengan kepopuleran musik K-pop di Indonesia yang terus meningkat. Hal ini akhirnya membawa banyak dampak. Lihat saja bagaimana dengan mudahnya kita dapat menemukan segala sesuatu yang berhubungan dengan Korea. Mall-mall dipenuhi dengan restoran Korea, salon yang menawarkan gaya rambut ala K-pop, toko kosmetik yang menjual produk Korea, toko yang menjual pakaian dan aksesoris ala K-pop, tempat les bahasa Korea hingga lagu-lagu K-pop yang sering diputar dimana-mana. Terlihat jelas bahwa K-pop yang tadinya bukan apa-apa sekarang menjadi budaya pop yang disukai banyak orang.

Hal ini dapat dijelaskan dengan pendapat Turner (1984), yang menyebutkan budaya pop dan budaya massa memiliki hubungan simbiotik dimana keduanya saling tergantung dalam sebuah kolaborasi yang sangat kuat. Kepopuleran suatu budaya sangat bergantung pada seberapa jauh media massa gencar mengkampanyekannya. Kepopuleran K-pop di Indonesia tidak dapat dilepaskan dari peranan TV, yang memanjakan penggemar K-pop dengan tayangan K-pop yang demikian intens. Bahkan salah satu TV nasional memberikan slot khusus untuk penayangan K-drama. Hal ini dipertegas oleh

pendapat Barker (2011: 275) tidak ada media lain yang dapat menandingi televisi dalam hal volume teks kebudayaan pop yang diproduksinya dan banyaknya penonton yang diraupnya. Jadi tidak mengherankan jika dalam dua tahun terakhir ketika gelombang kedua *Hallyu* (musik K-pop) masuk ke Indonesia penggemar K-pop di kalangan remaja semakin bertambah.

Fenomena yang terjadi selanjutnya adalah remaja yang menurut anggapan masyarakat menjadi Korea-sentris, karena kecintaannya terhadap K-pop membuat mereka menyukai segala hal yang berhubungan dengan Korea. Namun, hal ini tidak sepenuhnya benar. Pandangan Strinati (2003: 17) tentang hubungan antara media massa dan budaya populer dapat memberikan penjelasan yang relevan. Menurutnya, media massa dapat menawarkan suatu bentuk kebudayaan konsumtif dan masyarakat pengguna media mengikutinya atau menggunakan siaran televisi sebagai preferensi kebudayaan dan gaya hidupnya. Intinya adalah "preferensi", yang berarti remaja menggunakannya sebagai pilihan. Sejauh mana mereka menggunakan pilihan itu akan bergantung pada bagaimana mereka memaknai K-pop, terutama nilai dan gaya hidup yang ada dalam K-pop. Jadi, untuk memahami fenomena K-pop yang terjadi saat ini sangatlah penting untuk memahami bagaimana sebenarnya remaja putri ini memaknai nilai dan gaya hidup yang ada dalam tayangan K-pop yang mereka konsumsi sehari-hari.

Dari penelitian yang dilakukan, penulis menemukan dua hal utama yang dimaknai informan dari K-pop. Dalam K-drama, hal utama yang dimaknai oleh informan adalah dimensi Hofstede dalam budaya Korea yang terdiri dari nilai kolektivitas, penghargaan terhadap senioritas dan nasionalisme. Sementara dalam musik K-pop yang dimaknai informan gaya hidup berupa fashion, yaitu fashion seksi dan androgyn. Kedua hal ini sesuai dengan isi buku *The Korean Wave: A New Pop Culture Phenomenon* yang menyebutkan bahwa nilai-nilai *Confucianism* Korea serta gaya hidup yang ditampilkan dalam K-pop, baik K-drama maupun musik K-pop, adalah dua hal yang menjadi perhatian utama penggemar K-pop sekaligus hal yang ingin mereka 'tiru' dari K-pop. Kedua hal ini pula yang membuat K-pop disukai banyak orang sehingga menjadikannya fenomena global. Jadi, untuk melihat bagaimana sebenarnya pemaknaan remaja terhadap K-pop, kedua point ini sangatlah penting untuk dikaji.

Hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan pemaknaan informan terhadap dimensi Hofstede dan fashion yang dibawa oleh K-pop, yang semuanya ditentukan oleh persepsi awal informan yang terbentuk dari berbagai faktor. Hasil pemaknaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut.

**Pertama**, dalam memaknai sikap kolektivitas, pemaknaan informan adalah dominan. Hal ini berarti ketika informan memaknai nilai kolektivitas yang dibawa oleh K-pop, maka peran media dalam membentuk *preferred* atau *dominant reading* berhasil. Hal ini menunjukkan adanya kesesuaian antara anggapan awal informan tentang sikap kolektivitas dengan apa yang ditampilkan oleh media.

Seperti yang dikemukakan Curran (2002: 17) bahwa pengaruh media telah bergeser dari *seeing is believing* menjadi *believing is seeing*, dalam arti khalayak memaknai sesuatu bukan diawali dari program yang dilihatnya tetapi diawali dengan konteks sosial atau karakter sosial yang sudah ada sebelumnya pada diri mereka. Maka, pemaknaan dominan ini dapat dijelaskan dari konteks sosialisasi masa lalu berupakanilai budaya informan yang telah dimilikinya sejak awal.

Sikap kolektivitas masyarakat Korea yang ditampilkan dalam K-pop merupakan salah satu dimensi Hofstede yang terkait dengan ajaran Confucianisme yang menjadi landasan sistem nilai masyarakat Korea sejak zaman dinasti Choson (1392-1910) hingga sekarang. Inti dari ajaran Confucianisme adalah adanya hierarki yang mendasari hubungan antar manusia serta pentingnya harmoni dalam hubungan tersebut. Kolektivitas adalah salah satu bagian terpenting dari ajaran tersebut. Masyarakat Korea terkenal sangat menghargai kolektivitas, mereka selalu bersikap akomodatif demi menghindari munculnya konflik baik dalam kelompok mereka maupun kelompoknya dengan kelompok lain.

Indonesia memang tidak menganut ajaran Confucianisme, namun nilai kolektivitas dalam ajaran Confucianisme Korea memiliki kesamaan dengan nilai-nilai budaya Indonesia, khususnya etnik Jawa. Filosofi Jawa "*mangan ora mangan asal ngumpul*" merupakan nilai yang mirip dengan kolektivitas dalam budaya Korea. Hal ini juga dipertegas oleh hasil penelitian Hofstede terhadap Indonesia dan Korea Selatan terkait dimensi kolektivitas. Penelitian ini

memberikan Indonesia skor 14 dan skor 18 untuk Korea Selatan. Hasil ini (Hofstede, 1980) menempatkan Indonesia di urutan ke 47 dan Korea Selatan di urutan ke 43 sebagai negara yang paling rendah tingkat individualismenya (dalam Kim: 4). Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia dan Korea Selatan sama-sama masyarakat kolektivis yang sangat mementingkan keterikatan kelompok.

Informan yang lahir dan dibesarkan di Indonesia, dan berasal dari etnik Jawa-Sunda, sedari kecil tentunya telah terbiasa dengan nilai kolektivitas yang begitu kental dalam masyarakat Indonesia. Di keluarganya sendiri pentingnya nilai kolektivitas selalu diajarkan oleh sang ayah baik secara langsung atau tidak. Informan dan keluarganya biasa menghabiskan akhir pekan dengan makan bersama di mall. Walaupun intensitasnya semakin jarang karena kesibukan masing-masing anggota keluarga, hal ini merupakan upaya yang dilakukan untuk terus menjaga kebersamaan dalam keluarga. Secara tidak langsung, sang ayah juga selalu mengajarkan pentingnya 'mendengarkan' keinginan semua anggota keluarga, biasanya ayah akan menanyakan tempat (mall) mana yang ingin mereka datang. Demikian pula dengan pemilihan restoran, mereka sekeluarga akan makan di restoran yang menunya memang disukai oleh seluruh anggota keluarga. Hal ini menunjukkan bahwa di keluarganya, informan juga mendapatkan sosialisasi pentingnya nilai kolektivitas. Apa yang dilakukan ayahnya adalah upaya untuk mengakomodir keinginan seluruh anggota keluarga. Keputusan yang diambil adalah keputusan yang dapat memuaskan keinginan semua anggota keluarga sehingga tidak ada satu orang pun yang merasa dirugikan. Dengan demikian keutuhan kelompok dalam hal ini keluarga tetap terjaga. Hal ini merupakan perwujudan dari pentingnya nilai kolektivitas yang disosialisasikan dalam keluarga informan. Tidak hanya dalam keluarga pentingnya nilai kolektivitas ditekankan kepada informan namun hampir dalam seluruh aspek kehidupan masyarakat, seperti lingkungan sekolah maupun lingkungan pergaulan sehari-hari. Hal ini tidak mengherankan karena kolektivitas tidak hanya menjadi monopoli etnik Jawa namun nilai ini ada di semua etnik yang ada di Indonesia dan telah menjadi karakteristik bangsa Indonesia.

Hal inilah yang membentuk anggapan awal informan terhadap nilai kolektivitas. Adanya sosialisasi nilai kolektivitas sejak kecil baik dari keluarga

ataupun lingkungan masyarakat membuat informan telah memiliki penerimaan terhadap nilai kolektivitas dan pentingnya nilai ini telah tertanam dalam dirinya. Ketika informan menemukan nilai yang sama (nilai kolektivitas) dalam K-pop, maka adanya kesamaan nilai budaya Indonesia yang dianut informan (melalui sosialisasi masa lalu) dengan nilai yang ditampilkan dalam K-pop membuat informan memiliki pemaknaan yang dominan. K-pop menampilkan nilai kolektivitas sebagai nilai yang penting bagi masyarakat Korea, sama halnya dengan informan yang menganggap kolektivitas adalah nilai yang penting. Hal ini sesuai dengan pemikiran Hall tentang **pemaknaan dominan** yaitu pembacaan pesan yang lebih mendekati makna sebenarnya seperti yang ditawarkan oleh media, baik pembuat ataupun pembaca teks memiliki ideologi yang sama sehingga menyebabkan tidak adanya perbedaan pandangan antara pembuat maupun pembaca.

**Kedua**, dalam memaknai sikap nasionalisme, pemaknaan informan adalah dominan. Hal ini berarti ketika informan memaknai nilai nasionalisme yang dibawa oleh K-pop, maka peran media dalam membentuk *preferred* atau *dominant reading* berhasil.

Seperti yang dikemukakan Curran (2002: 17) bahwa pengaruh media telah bergeser dari *seeing is believing* menjadi *believing is seeing*, dalam arti khalayak memaknai sesuatu bukan diawali dari program yang dilihatnya tetapi diawali dengan konteks sosial atau karakter sosial yang sudah ada sebelumnya pada diri mereka.

Nasionalisme dapat dipahami sebagai turunan dari nilai kolektivitas yang merupakan salah satu dimensi Hofstede dan termasuk ke dalam ajaran Confucianisme Korea. Hal ini dikarenakan nasionalisme erat kaitannya dengan kebanggaan individu sebagai bagian dari suatu bangsa, yang secara tidak langsung menunjukkan adanya keterikatan individu dengan suatu kelompok yang besar (bangsa). Oleh karena itu, sama halnya dengan pemaknaan dominan terhadap nilai kolektivitas, pemaknaan dominan ini dapat dijelaskan dari konteks sosialisasi masa lalu berupa nilai budaya informan yang telah dimilikinya sejak awal.

Nasionalisme yang ditampilkan dalam K-pop adalah nasionalisme konsumen berupa kecintaan masyarakat Korea terhadap produk dalam negeri. Hal

ini terlihat dari masyarakat Korea yang senantiasa menggunakan produk Korea dalam kehidupan sehari-hari, mulai dari *gadget*, peralatan rumah tangga, produk fashion hingga otomotif. Merek-merek seperti Samsung, LG, KIA dan Hyundai akan selalu kita temukan dalam K-drama ataupun video musik K-pop. Hal ini merupakan perwujudan dari kecintaan masyarakat Korea terhadap negaranya yang sering pula dikaitkan dengan identitas dan kebanggaan sebagai masyarakat Korea Selatan.

Apa yang dilakukan masyarakat Korea ini pada akhirnya ikut mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Pada awalnya mobil Hyundai dan KIA memiliki imej medioker. Namun karena kekuatan nasionalisme konsumennya, saat ini mereka menjadi merek-merek global yang disegani di seluruh dunia (Yuswohady, 2011). Awalnya Korea hanyalah negara miskin yang keadaannya porak-poranda akibat konflik berkepanjangan dengan Korea Utara. Bahkan menurut Nelson (2000) pada periode perang Korea antara tahun 1950-1953, Korea Selatan lebih miskin dari Etiopia. Sekarang, berkat nasionalisme konsumen yang ikut menyokong pertumbuhan ekonomi nasional, Korea Selatan berada di urutan ke 15 negara dengan tingkat pertumbuhan ekonomi tertinggi di dunia.

Ketika informan melihat nasionalisme konsumen dalam K-pop, penilaian informan adalah dominan. Hal ini dikarenakan nasionalisme konsumen dalam K-pop digambarkan sebagai bagian dari nilai kolektivitas masyarakat Korea yang ikut mendorong kemajuan Korea terutama dari segi ekonomi. Penggambaran ini sejalan dengan persepsi awal informan terhadap nilai kolektivitas, dimana informan memandang nilai tersebut sebagai nilai yang penting. Informan memaknai pesan tentang nasionalisme konsumen dalam K-pop sama dengan pesan yang ingin disampaikan oleh pembuat pesan. Hal ini juga sesuai dengan premis Hall tentang **pemaknaan dominan**, dimana suatu pemaknaan dikatakan dominan ketika pembacaan pesan yang lebih mendekati makna sebenarnya seperti yang ditawarkan oleh media, baik pembuat ataupun pembaca teks memiliki ideologi yang sama sehingga menyebabkan tidak adanya perbedaan pandangan antara pembuat maupun pembaca.

**Ketiga**, dalam memaknai penghargaan terhadap senioritas, pemaknaan informan adalah dominan. Hampir sama dengan pemaknaan terhadap nilai

kolektivitas, pemaknaan dominan ini dapat dijelaskan dari konteks sosialisasi masa lalu berupaniilai budaya. Seperti yang dikemukakan Curran (2002: 17) bahwa pengaruh media telah bergeser dari *seeing is believing* menjadi *believing is seeing*, dalam arti khalayak memaknai sesuatu bukan diawali dari program yang dilihatnya tetapi diawali dengan konteks sosial atau karakter sosial yang sudah ada sebelumnya pada diri mereka.

Sikap menghargai senioritas yang ditampilkan dalam K-pop merupakan dimensi Hofstede lainnya yang merupakan bagian dari ajaran Confucianisme yang dianut oleh Korea Selatan. Hal ini berkaitan erat dengan hierarki yang mendasari hubungan antar manusia yang menjadi inti dari ajaran Confucianisme. Hierarki ini termanifestasi dalam *The Five Relationships* (Kim: 9) yang terdiri dari (1) Ayah dan anak (orang tua dan anak), (2) Yang tua dan yang muda, (3) Suami dan istri, (4) Pertemanan, dan (5) Penguasa dan masyarakat.

Walaupun Indonesia tidak menganut ajaran Confucianisme seperti Korea Selatan, namun penghargaan terhadap senioritas juga telah menjadi bagian dari sistem nilai yang dianut oleh masyarakat Indonesia. Menurut penelitian Hofstede terhadap dimensi jarak kekuasaan (senioritas), Indonesia memiliki skor 78 sementara Korea Selatan memiliki skor 60. Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia bahkan lebih mementingkan senioritas jika dibandingkan dengan Korea Selatan. Hasil penelitian ini menunjukkan masyarakat Indonesia dan Korea Selatan sama-sama mementingkan aspek senioritas dalam hubungan antar individu. Tidak mengherankan memang karena senioritas dalam budaya timur sangatlah dijunjung tinggi.

Di dalam kedua masyarakat ini tiap orang dianggap sebagai individu yang memiliki seluruh hubungan manusia mirip dengan hubungan keluarga. Hal itu dapat dicontohkan dengan memanggil orang yang lebih tua kakek, nenek, kakak, paman, atau bibi, dan mereka memanggil orang yang lebih muda adik (Kim: 18). Oleh karena itu, selain kata sapaan penggunaan bahasa formal yang tergambar dari penggunaan kata dan tata bahasa juga digunakan untuk menghormati lawan bicara serta menunjukkan adanya jarak, baik itu berupa usia ataupun status sosial. Tidak hanya itu, penggunaan bahasa formal juga menyiratkan posisi terhadap lawan bicara. Namun, menurut Kim, ada satu perbedaan dalam budaya Indonesia

khususnya etnik Jawa dan Korea Selatan. Korea lebih menjunjung senioritas sedangkan etnik Jawa lebih menekankan status.

Sedari kecil informan yang merupakan anak bungsu di keluarganya diajarkan untuk memanggil kakak-kakaknya dengan sapaan "tete". Walaupun informan sangat dekat dengan kakak-kakaknya dan tidak menggunakan bahasa formal seperti layaknya masyarakat Korea terhadap orang yang lebih tua. Namun penggunaan kata sapaan "tete" menunjukkan penghargaan informan terhadap orang yang lebih tua darinya. Hal ini juga menunjukkan sejak kecil informan telah mendapatkan sosialisasi pentingnya menghargai senioritas dalam keluarga. Tidak hanya di keluarga, kultur masyarakat Indonesia yang memang menghargai senioritas membuat informan juga terbiasa dengan nilai tersebut. Misalnya saja di sekolah dimana kita harus menghargai kakak kelas, di lingkungan masyarakat dimana kita harus menyapa orang yang lebih tua dengan sapaan "pak", "bu", yang seringkali juga diikuti dengan jabatannya seperti "pak lurah", "bu kepala". Dari sini dapat dilihat sosialisasi nilai senioritas yang diperolehnya sejak kecil hingga sekarang di kehidupan bermasyarakat telah membentuk anggapan awal informan terhadap pentingnya menghargai senioritas. Ketika tayangan K-pop yang ditontonnya sarat dengan nilai penghargaan terhadap senioritas, pemaknaan informan adalah dominan karena adanya kesamaan antara nilai budaya yang dianutnya, yang diperoleh melalui sosialisasi masa lalu, dengan nilai yang ditampilkan dalam K-pop. Dalam hal ini, informan menganggap penghargaan terhadap senioritas adalah nilai yang penting, sama seperti pesan yang ditampilkan dalam K-pop. Hal ini sesuai dengan premis Hall tentang **pemaknaan dominan**, dimana suatu pemaknaan dikatakan dominan ketika pembacaan pesan yang lebih mendekati makna sebenarnya seperti yang ditawarkan oleh media, baik pembuat ataupun pembaca teks memiliki ideologi yang sama sehingga menyebabkan tidak adanya perbedaan pandangan antara pembuat maupun pembaca.

**Keempat**, dalam memaknai gaya hidup berupa fashion seksi, pemaknaan informan adalah negosiasi. Hal ini berarti ketika informan memaknai fashion seksi yang dibawa oleh K-pop, maka peran media dalam membentuk *preferred* atau *dominant reading* tidak tercapai karena pengaruh eksternal seperti sosialisasi

masa lalu dan pengalaman sehari-hari lebih menentukan pemaknaan informan dibandingkan media.

Seperti yang dikemukakan Curran (2002: 17) bahwa pengaruh media telah bergeser dari *seeing is believing* menjadi *believing is seeing*, dalam arti khalayak memaknai sesuatu bukan diawali dari program yang dilihatnya tetapi diawali dengan konteks sosial atau karakter sosial yang sudah ada sebelumnya pada diri mereka.

Pemaknaan tersebut dapat dijelaskan dari dua aspek yaitu aspek internal dan eksternal informan. Yang pertama adalah aspek internal yang berkaitan dengan perspektif individu. Di sini informan menilai pakaian seksi lebih sebagai bentuk ekspresi diri terkait dengan konteks bahwa pakaian seksi yang dikenakan oleh para anggota *girlband* itu merupakan pakaian yang digunakan di atas panggung atau di video klip. Informan menilai ini sebagai bentuk 'pemberontakan' dari kultur Timur yang menurutnya terlalu membatasi perempuan terutama dalam hal berpakaian. Penilaian ini sebenarnya merupakan bagian dari pengalaman hidup informan sebagai remaja yang dibesarkan di Indonesia, yang mayoritas penduduknya adalah Islam, dimana norma agama seringkali diadopsi menjadi nilai budaya yang akhirnya berlaku bagi semua orang. Dalam kultur masyarakat Indonesia, pakaian yang terlalu minim atau terbuka akan dinilai negatif karena tidak sesuai dengan norma kesopanan.

Sekalipun informan melihat pakaian seksi dalam K-pop sebagai bentuk pemberontakan, namun dalam kesehariannya informan tidak mengadopsi gaya berpakaian tersebut. Hal ini dikarenakan adanya faktor eksternal berupa sosialisasi nilai dari ayah dan pengalaman sehari-hari dengan *peer group*-nya. Menurut informan sejak kecil ayahnya melarangnya mengenakan pakaian seksi dan minim jika hendak keluar rumah, karena menurutnya hal tersebut tidak sesuai dengan nilai kesopanan. Ayahnya memberi batasan, hanya boleh mengenakan rok atau celana yang pendeknya persis di atas lutut. Dari sini dapat dilihat bahwa sosialisasi nilai 'kesopanan' dalam berpakaian telah ditanamkan dalam keluarga sejak informan kecil.

Demikian pula dengan *peer group* informan, sekalipun *peer group*-nya juga penggemar K-pop, namun mereka tidak mengenakan pakaian seksi ala

*girlband* Korea. Menurut mereka pakaian tersebut terlalu seksi dan minim sehingga tidak sesuai dengan budaya Indonesia. Oleh karena itu, sekalipun mereka menyukai fashion K-pop dan berpakaian ala K-pop dalam kesehariannya, gaya berpakaian yang mereka adopsi tetap disesuaikan dengan standar nilai kesopanan yang ada di Indonesia.

Ketika informan melihat fashion seksi dalam K-pop, pemaknaannya adalah negosiasi. Sesuai dengan premis Hall, tentang **pemaknaan negosiasi** dimana pembaca pesan mengerti makna yang diinginkan produsen tapi mereka membuat adaptasi dan aturan yang sesuai dengan konteks dimana mereka berada. Dalam hal ini, informan memahami makna yang ingin disampaikan dalam K-pop yaitu pakaian seksi sebagai bentuk kebebasan berekspresi dan pemberontakan dari segi fashion. Namun, faktor ayah dan *peer group*-nya membatasi pemaknaan tersebut.

Pemaknaan informan adalah pemaknaan yang merefleksikan adanya negosiasi terhadap makna teks terkait posisi dan konteks situasi yang digunakan informan. Faktor internal dari dalam diri informan mempengaruhi penilaian positifnya terhadap pakaian seksi secara 'positif'. Namun, kultur Timur dimana informan berada membatasi penerimaan positif informan terhadap makna pakaian seksi yang ingin disampaikan K-pop. Hal ini terkait dengan sosialisasi nilai dari sang ayah dan pengalaman sehari-hari bersama *peer group* yang ikut membentuk anggapan awal informan.

Dalam pemaknaan terhadap fashion seksi dapat dilihat bahwa selain sosialisasi nilai dari keluarga (ayah), *peer group* ikut membentuk anggapan awal informan melalui pengalaman sehari-hari. Hal ini sejalan dengan penjelasan Santrock (2003) yang menyebutkan walaupun remaja telah mencapai tahap perkembangan kognitif yang memadai untuk menentukan tindakannya sendiri, namun penentuan diri remaja dalam berperilaku banyak dipengaruhi oleh tekanan dari kelompok teman sebaya. Kelompok teman sebaya diakui dapat mempengaruhi pertimbangan dan keputusan seorang remaja tentang perilakunya.

Secara tidak langsung apa yang diterima oleh seorang remaja dari pergaulannya tersebut menjadi suatu acuan dalam kesehariannya. Ketika remaja tersebut bertindak, berpikir maupun ketika memberikan pemaknaan akan suatu

hal, apa yang tadi diterima oleh remaja tersebut dari *peer group*-nya diaplikasikan ke kehidupan sehari-harinya tersebut. Oleh karena itu, sekalipun informan menilai pakaian seksi sebagai bentuk 'pemberontakan' dan kebebasan berekspresi, informan tidak lantas mengadopsi gaya berpakaian tersebut karena *peer group*-nya juga tidak ada yang berpakaian seksi sehingga pemaknaan yang terbentuk pada diri informan adalah pemaknaan negosiasi.

**Kelima**, dalam memaknai gaya androgyny, pemaknaan informan adalah negosiasi. Hal ini berarti ketika informan memaknai gaya androgyny yang dibawa oleh K-pop, maka peran media dalam membentuk *preferred* atau *dominant reading* tidak tercapai karena faktor eksternal lebih berperan.

Seperti yang dikemukakan Curran (2002: 17) bahwa pengaruh media telah bergeser dari *seeing is believing* menjadi *believing is seeing*, dalam arti khalayak memaknai sesuatu bukan diawali dari program yang dilihatnya tetapi diawali dengan konteks sosial atau karakter sosial yang sudah ada sebelumnya pada diri mereka. Maka, pemaknaan dominan tersebut dapat dijelaskan melalui pengaruh eksternal, yaitu sosialisasi masa lalu dan pengalaman sehari-hari.

Pemaknaan informan dapat dijelaskan dalam dua aspek, yang pertama sosialisasi masa lalu. Sejak SMA informan telah mengenal androgyny dan memperoleh pemahaman bahwa androgyny merupakan sebuah bentuk pemberontakan. Sosialisasi ini diperolehnya dari teman sekelasnya yang merupakan penggemar Gackt dan Hyde (vokalis grup band Laruku), dua orang legenda musik Jepang yang terkenal dengan gaya androgyny-nya. Hal ini berlanjut hingga ke bangku kuliah, dimana teman sekelas informan juga ada yang menjadi penggemar Hyde dan sering menunjukkan foto-foto Hyde kepada informan serta sering membicarakan androgyny dengan informan. Penggemar androgyny J-pop yang dikenalnya saat SMA dan kuliah selalu menekankan kepada informan bahwa androgyny lebih merupakan ekspresi pemberontakan dari segi fashion.

Rouse (1989: 108) menjelaskan bahwa fashion dan pakaian adalah instrumen dalam proses sosialisasi peran berdasarkan jenis kelamin dan gender; fashion dan pakaian membantu membentuk ide masyarakat tentang bagaimana seharusnya memandang pria dan wanita. Model pakaian dan warna yang identik

dengan jenis kelamin tertentu merupakan konstruksi gender yang dibentuk oleh masyarakat, yang seringkali menjadi sumber diskriminasi dalam kehidupan masyarakat. Hal inilah yang ingin diruntuhkan oleh androgyny, sehingga mereka memberontak dengan menentang pakem gender yang telah ada di tengah masyarakat. Oleh karena itu, androgyny bukanlah refleksi dari penyimpangan orientasi seksual seperti anggapan kebanyakan orang, melainkan bentuk keberanian dalam memberontak terhadap standar nilai yang dikonstruksikan oleh sekelompok masyarakat. Pemahaman seperti inilah yang diperoleh informan dari teman SMA dan kuliahnya sehingga penerimaan informan terhadap androgyny cenderung positif.

Sosialisasi androgyny yang cenderung positif yang diperolehnya sejak SMA ditambah pengalaman sehari-hari dengan *peer group* yang memang memandang androgyny sebagai sesuatu yang positif membuat informan memiliki persepsi awal yang positif. Hal ini juga terlihat dari ketidaksukaan informan terhadap mayoritas masyarakat yang cenderung menilai negatif androgyny karena seringkali dikaitkan dengan penyimpangan orientasi seksual. Namun, pemaknaan yang kemudian terbentuk adalah pemaknaan negosiasi karena penerimaan positif informan tidak lantas membuatnya bergaya androgyny. Hal ini dikarenakan adanya pengaruh *peer group*, dalam pembentukan perilaku informan. Sekalipun *peer group* informan yang juga penggemar K-pop yang menyukai anggota *boyband* dan *girlband* bergaya androgyny namun mereka tidak mengadopsi gaya tersebut dalam kesehariannya. Hal ini sesuai dengan penjelasan Santrock (2003) yang menyebutkan bahwa kelompok teman sebaya diakui dapat mempengaruhi pertimbangan dan keputusan seorang remaja tentang perilakunya. Penilaian *peer group* pada akhirnya 'membatasi' pemaknaan informan terhadap androgyny.

Ketika informan melihat gaya androgyny dalam K-pop penilaiannya adalah positif. Hal ini dikarenakan gaya androgyny yang ditampilkan dalam K-pop sebagai keberanian dalam menentang batasan gender sama dengan penilaian awal informan yang telah terbentuk dari sosialisasi dan pengalaman sehari-hari. Namun, pemaknaan yang kemudian terjadi adalah pemaknaan negosiasi karena faktor *peer group* juga berperan dalam proses pemaknaan informan. Sesuai dengan premis Hall, tentang **pemaknaan negosiasi** dimana pembaca pesan

mengerti makna yang diinginkan produsen tapi mereka membuat adaptasi dan aturan yang sesuai dengan konteks dimana mereka berada. Pemaknaan informan adalah pemaknaan yang merefleksikan adanya negosiasi terhadap makna teks terkait posisi dan konteks situasi yang digunakan informan. Informan tetap menilai androgyny secara 'positif' sebagai bentuk kebebasan berekspresi dan pemberontakan dari segi fashion. Namun, faktor *peer group* membuat informan tidak mengadopsi gaya tersebut sehingga pemaknaan yang terjadi adalah pemaknaan negosiasi.

Dari pemaparan di atas dapat dilihat bahwa pemaknaan remaja perempuan terhadap K-pop cenderung positif ketika nilai dan gaya hidup yang ditampilkan dalam K-pop sejalan dengan persepsi awal yang dimilikinya. Persepsi awal ini terbentuk dari sosialisasi dan pengalaman sehari-hari yang melibatkan keluarga, *peer group* dan lingkungan masyarakat informan. Dalam penelitian ini dapat dilihat bahwa faktor *peer group* memegang peranan yang besar dalam pemaknaan informan.

Hasil pemaknaan informan menunjukkan bahwa pemaknaan dominan lebih kepada nilai budaya yang memiliki kedekatan nilai dengan nilai budaya yang dianut informan. Sedangkan, pada gaya hidup terutama fashion berpakaian seksi dan androgyny cenderung negosiatif. Hal ini menunjukkan bahwa remaja perempuan sebenarnya tidak serta merta menerima begitu saja apa yang ditampilkan di televisi, terutama yang berasal dari budaya lain, yang dalam hal ini adalah budaya Korea.

Sesuai dengan pandangan Strinati (2003), informan memang menjadikan tayangan K-pop di TV sebagai preferensi kebudayaan dan gaya hidup. Namun, hasil penelitian yang dilakukan penulis menunjukkan bahwa tidak semua nilai dan gaya hidup yang ada dalam K-pop kemudian diadopsi oleh informan. Penelitian McAnany dan La Pastina terhadap 26 studi tentang telenovela cukup relevan untuk menjelaskan hal ini. Kedua peneliti ini mengemukakan bahwa penonton bertindak aktif dalam mengambil berbagai makna dari telenovela serta menerapkannya pada kehidupan mereka. Nilai Hofstede yang dimaknai dominan oleh informan terutama nilai kolektivitas, memang diterapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Terlihat dari keseharian informan yang selalu

mementingkan harmoni dalam hubungan dengan *peer group*-nya. Ketika akan berkumpul di saat weekend mereka akan memilih lokasi yang mudah dijangkau oleh semua anggota *peer group*, seperti di mall Ganci (Gandaria City), yang lokasinya memang berada di tengah sehingga tidak ada seorang pun yang dirugikan karena jaraknya yang terlalu jauh dari rumah. Hal ini menunjukkan nilai kolektivitas dianggap penting oleh informan dan *peer group*-nya sehingga mereka selalu berusaha mengakomodir kepentingan semua anggota kelompok dan berupaya untuk meminimalisir terjadinya konflik di antara mereka. Sementara dalam gaya hidup, pemaknaan negosiasi informan terhadap gaya berpakaian seksi juga tercermin dalam kesehariannya. Informan memang menyukai fashion ala K-pop dan mengikuti tren fashion tersebut, namun dalam berpakaian informan cenderung memadu-padankan gaya berpakaian K-pop agar tetap pantas dan sesuai dengan nilai kesopanan yang ada di Indonesia. Hal ini dilakukan informan dengan memilih pakaian yang model dan warnanya sesuai dengan fashion K-pop namun tidak seksi dan sesuai dengan batasan yang ditetapkan ayahnya.

Sementara itu, dalam penelitian ini tidak ditemukan adanya pemaknaan oposisi informan terhadap K-pop. Hal ini menunjukkan tidak adanya resistensi informan terhadap konten media berupa tayangan K-pop, padahal jika dilihat dari latar belakang pendidikan informan yang merupakan seorang sarjana seharusnya informan memiliki *media literacy* yang cukup tinggi. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa latar belakang pendidikan tidak menjadi faktor penentu akan adanya resistensi individu terhadap konten media. Temuan ini kemudian menarik untuk dikaji karena jika informan yang memiliki latar belakang pendidikan yang tinggi tidak memiliki resistensi terhadap media lantas bagaimana dengan khalayak yang usianya lebih muda dengan tingkat pendidikan yang lebih rendah. Tidak adanya resistensi terhadap media tentu akan membuat mereka menerima begitu saja nilai dan gaya hidup yang dibawa oleh tayangan K-pop yang mereka konsumsi setiap harinya, tanpa memilah nilai dan gaya hidup mana yang sesuai dengan nilai budaya Indonesia. Yang kemudian menjadi kekhawatiran adalah munculnya generasi muda 'Korea-sentris' yang mencintai budaya Korea dan lupa pada akar budayanya sendiri.

## 5.2 Kesimpulan

Berlandaskan pada teori yang digunakan dan dari analisis serta diskusi, maka penulis membuat beberapa kesimpulan dengan rumusan permasalahan yang telah diungkap sebelumnya. Kesimpulan penulis adalah sebagai berikut:

1. Dalam memaknai K-pop ada dua hal utama yang dimaknai informan, yaitu nilai Hofstede dalam K-drama dan gaya hidup berupa fashion seksi dan androgyny dalam musik K-pop.
2. Pemaknaan atas nilai Hofstede adalah dominan karena adanya kesesuaian antara nilai Hofstede dan nilai budaya yang dianut khalayak. Dalam hal ini sosialisasi nilai budaya dalam keluarga berperan dalam membentuk persepsi awal khalayak.
3. Pemaknaan atas fashion seksi dan androgyny adalah negosiatif karena faktor eksternal seperti *peer group* dan sosialisasi nilai budaya dalam keluarga lebih berperan dibandingkan media.
4. Konteks budaya, pengalaman sehari-hari, ikut mewarnai persepsi awal dan merupakan faktor yang berperan besar dalam pemaknaan khalayak.
5. *Peer group* memiliki peranan yang besar dalam pemaknaan remaja.

## BAB 6 PENUTUP

### 6.1 Implikasi Penelitian

#### 6.1.1 Implikasi Akademis

**Pertama**, penelitian ini menggunakan *reception studies* yang melihat bahwa ada hubungan antara latar belakang khalayak dengan bagaimana ia memaknai pesan media yang diberikan. Studi ini juga menunjukkan adanya pergeseran dari *seeing is believing* menjadi *believing is seeing* yang berarti pemaknaan khalayak bukan diawali dari program yang dilihatnya tetapi diawali dari persepsi awal.

**Penelitian ini memperkuat pandangan *reception studies* karena hasilnya menunjukkan bahwa pemaknaan informan memang ditentukan oleh persepsi awalnya terhadap nilai Hofstede dan fashion dalam K-pop.** Dalam penelitian ini, persepsi awal terbentuk dari latar belakang informan berupa sosialisasi nilai Hofstede dalam keluarga dan pengalaman sehari-hari bersama *peer group*, yang pada akhirnya ikut mewarnai pemaknaannya terhadap nilai dan gaya hidup dalam K-pop. Persepsi awal inilah yang ikut mewarnai pemaknaannya terhadap K-pop. Pemaknaan dominan terbentuk ketika persepsi awal sejalan dengan makna Hofstede dan fashion dalam K-pop. Sementara pemaknaan negosiasi terbentuk ketika persepsi awal informan tidak sepenuhnya sejalan dengan makna yang ditampilkan dalam K-pop

**Kedua**, penelitian ini juga menggunakan paradigma khalayak aktif dalam *cultural studies*. Tradisi ini menganggap bahwa khalayak adalah produsen makna yang aktif. Dalam kaitannya dengan tayangan TV, penonton dianggap akan bertindak aktif dalam mengambil makna dan menerapkan pada kehidupan mereka. Media tidak dapat membuat individu harus berperilaku atau berpikir sesuai dengan apa yang ditampilkan media karena khalayak bukan individu yang bodoh, naif dan mudah untuk didominasi oleh indoktrinasi oleh media.

**Pemaknaan dominan informan terhadap nilai Hofstede dan pemaknaan negosiasi terhadap fashion seksi dan androgyny menunjukkan bahwa dalam memaknai nilai dan fashion dalam K-pop informan bersikap**

**aktif.** Dalam artian, informan tidak serta merta mengambil semua nilai dan gaya hidup yang dalam K-pop. Namun dengan sumber daya interpretatif yang dimilikinya (terkait dengan persepsi awal) informan memilah nilai dan gaya hidup mana yang sesuai dengan dirinya yang kemudian dapat dia terapkan dalam kehidupannya sehari-hari. Dalam penelitian ini, hal tersebut terlihat dari nilai Hofstede (kolektivitas) yang diterapkan informan dalam hubungannya dengan *peer group* dan gaya berpakaian ala K-pop yang dipadu-padankan agar tetap sesuai dengan standar nilai kesopanan di Indonesia.

### **6.1.2 Implikasi Sosial**

Penelitian ini dapat mendeskripsikan bagaimana sebenarnya pemaknaan remaja putri terhadap K-pop. Hasil penelitian ini juga dapat menunjukkan kepada masyarakat bagaimana sebenarnya fenomena K-pop yang terjadi di tengah remaja Indonesia, dimana popularitas K-pop sebenarnya tidak lantas membuat para remaja putri penggemar K-pop menjadi remaja yang Korea-Sentris yang mengadopsi nilai dan gaya hidup yang dibawa K-pop tanpa mempertimbangkan kesesuaian antara nilai dan gaya hidup tersebut dengan nilai budaya Indonesia.

## **6.2 Rekomendasi**

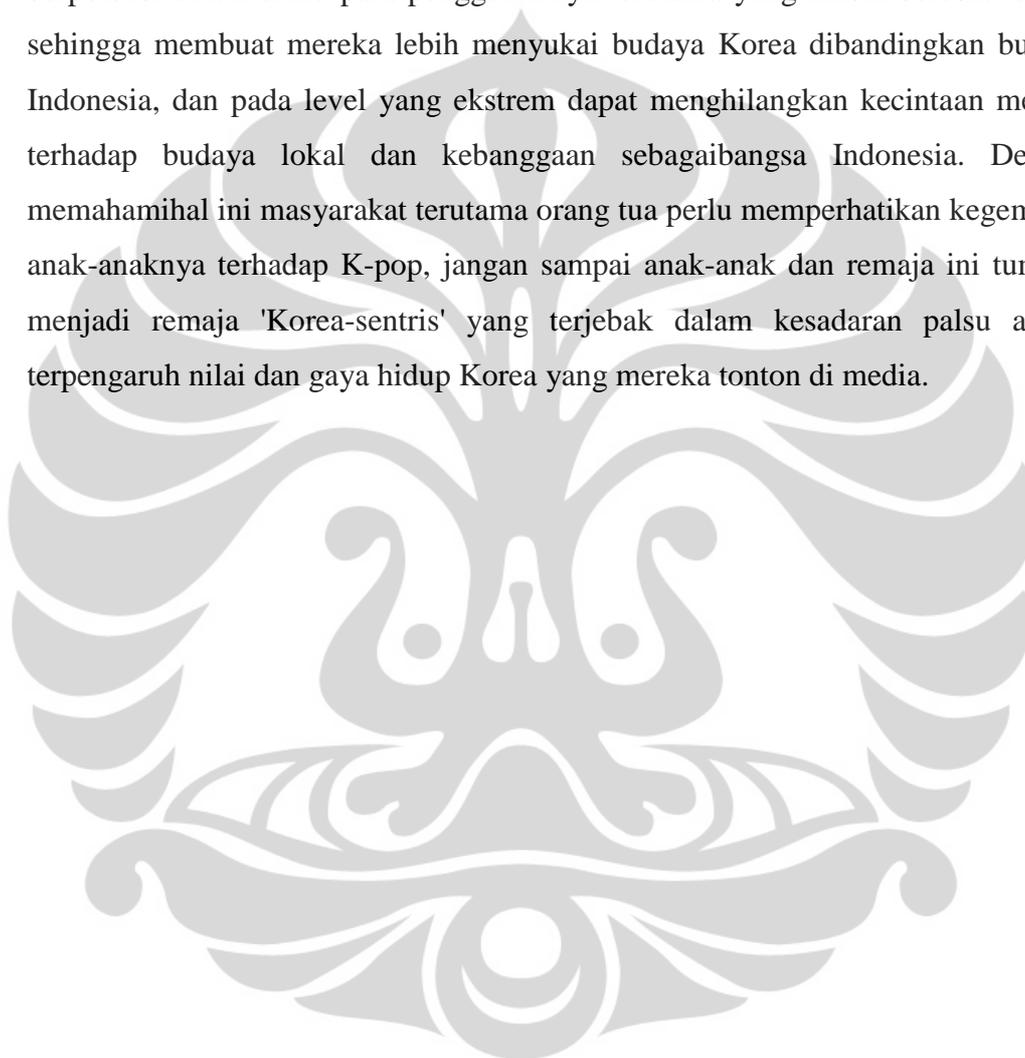
### **6.2.1 Rekomendasi Akademis**

Untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan penelitian dengan jumlah informan yang lebih dari satu sehingga diperoleh pola yang dapat menggambarkan pemaknaan secara keseluruhan. Selain itu dapat dilakukan penelitian dengan menggunakan paradigma kritis dan teori hegemoni budaya untuk melihat sejauh mana sebenarnya budaya populer Korea mempengaruhi individu terkait dengan konsep kesadaran palsu. Penelitian lanjutan lainnya dapat dilakukan dengan analisis wacana dengan menggabungkan penelitian pada level produksi teks dan level konsumsi teks. Pada level produksi teks dapat digunakan teori ekonomi media untuk mengkaji secara kritis bagaimana budaya pop Korea dikomodifikasi untuk tujuan kapitalis. Sementara pada level individu dapat digunakan teori pemaknaan untuk melihat bagaimana individu memaknai

fenomena K-pop. Dengan demikian dapat diperoleh kajian yang lebih kritis dan mendalam tentang fenomena K-pop di Indonesia.

### **6.2.2 Rekomendasi Sosial**

Masyarakat perlu menyadari bahwa budaya populer Korea yang masuk ke Indonesia sarat dengan nilai dan gaya hidup Korea. Nilai dan gaya hidup ini berpotensi untuk ditiru para penggemarnya terutama yang masih berusia remaja sehingga membuat mereka lebih menyukai budaya Korea dibandingkan budaya Indonesia, dan pada level yang ekstrem dapat menghilangkan kecintaan mereka terhadap budaya lokal dan kebanggaan sebagai bangsa Indonesia. Dengan memahami ini masyarakat terutama orang tua perlu memperhatikan kegemaran anak-anaknya terhadap K-pop, jangan sampai anak-anak dan remaja ini tumbuh menjadi remaja 'Korea-sentris' yang terjebak dalam kesadaran palsu akibat terpengaruh nilai dan gaya hidup Korea yang mereka tonton di media.



## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Barker, Chris (2011). *Cultural Studies: Teori dan Praktik*. Bantul: Kreasi Wacana.
- Barnard, Malcolm (2009). *Fashion Sebagai Komunikasi: Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas dan Gender*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Broker, Will., & Deborah Jeremyn (2003). *The Audience Studies Reader*. Great Britain: Rout Ledge.
- Coleman, Robin R. Means (2002). *Say It Loud*. New York: Routledge.
- Croteau, David., & William Hoynes (2000). *Media Society: Industries, Images, and Audiences*. Thousand Oaks: Pine Forge Press.
- (2003). *Media Society: Industries, Images, and Audiences, Second Edition*. Thousand Oaks, CA: Pine Forge Press.
- Curran, James (2002). *Media and Power*. London: Routledge.
- Dacey, John, and Maureen Kenny (1997). *Adolescents Development. Second Edition*. USA: wcb McGraw Hill.
- Denzin, Norman K. dan Yvonna S. Lincoln (1994). *Handbook of Qualitative Research. Third Edition*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Dominick, Joseph R. (2005). *The Dynamics of Mass Communication: Media in The Digital Age 8th Edition*. New York: McGraw Hill.
- Durham, Meenakshi Gigi., & Douglas M. Kellner (2002). *Media and Cultural Studies: Key Works*. Great Britain: Blackwell Publisher.
- Eriyanto (2002). *Analisis Framing. Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Ferguson, Marjorie., & Peter Golding (1997). *Cultural Studies in Question*. Great Britain: Sage Publications.
- Hagen, Ingunn & Janet Wasko (2000). *Consuming Audience? Production and Reception in Media Research*. Cresskill, New Jersey: Hampton Press.

- Hartley, John (2002). *Communication, Cultural and Media Studies: The Key Concepts 3rd Edition*. London: Routledge.
- Hofstede G., & Hofstede G. J. (2005). *Cultures and Organizations. Software of the Mind. Second Edition*. New York: McGraw Hill.
- Ibrahim, Idy Subandy (2007). *Budaya Populer Sebagai Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- (2011). *Kritik Budaya Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Irawan, Prasetya (2006). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Self Press,
- Korean Culture and Information Centre (2011). *The Korean Wave: A New Pop Culture Phenomenon*. The Republic of Korea: Korean Culture and Information Centre.
- Lasswell, Harold D. (1964). *The Structure and Function of Communication in Society*. Dalam Smith, Bruce L., Lasswell, H. D. and Casy, R. D. *Propaganda, Communication and Public Opinion: A Comprehensive Reference Guide*, Princeton: Princeton University Press.
- McQuail, Denis (1987). *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Kedua*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- McQuail, Dennis & Sven Windhal (1996). *Communication Models For The Study of Mass Communication. Edisi Kedua*. Singapore: Longman.
- Moleong, Lexy J. (1989). s Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Monks, F.J., A.M.P. Knoers dan Siti Rahayu Haditono (1998). *Psikologi Perkembangan: Pengantar dalam Berbagai Bagiannya*. Yogyakarta: Gadjah Mada University.
- Nightingale, Virginia (1996). *Studying Audiences: The Shock of The Real*. USA and Canada: Rout Ledge.
- Patton, Michael Quinn (2002). *Qualitative Research and Evaluation Methods. Third Edition*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Pawito (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKiS.
- Santrock, John W. (2001). *Adolenscence . Eight Edition*. New York: McGraw Hill International.
- Sarlito, Wiryawan W. (1994). *Psikologi Remaja. Edisi Pertama*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Sarwono, S. W. (1994). *Pergeseran Norma Perilaku Seksual Kaum Remaja*. Jakarta: CV. Rajawali.
- Storey, John (2010). *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Straubhar, Joseph & Robert LaRose (2002). *Media Now: Communication Media in The Information Age 3rd sd*. USA: Wadsworth.
- Strinati, Dominic (2003). *Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*. Yogyakarta: Bentang.
- (2010). *Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Thawaites, Tony et. al (2009). *Introducing Cultural and Media Studies: Sebuah Pendekatan Semiotika*. Yogyakarta: Jalasutra.
- West, Richard & Lynn H. Turner (2008). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.

## JURNAL

- Anshori, Mohammad Hasan (2009). *Consumerism and the Emergence of a New Middle Class in Globalizing Indonesia*. Explorations a Graduate Students Journal of Southeast Asian Studies Vol. 9 Spring.
- Aprilia, Dwi (2004). *Tayangan Berita Kriminal Berita di Televisi dan Rasa Takut Khalayak terhadap Kejahatan*. Dalam Thesis III/3 September-Desember. Depok: Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.
- Doobo Shim (2006). *Hibridity and The Rise of Korean Popular Culture in Asia*. Media, Culture and Society Vol. 28 (1): 25-44.
- (2011). *Waxing the Korean Wave*. The ARI Working Paper Series No. 158.
- Hidayat, Dedi Nur (2004). *Menghindari Quality Criteria yag Monolitik dan Totaliter*. Jurnal Penelitian Ilmu Komunikasi Thesis Vol. III/ No. 3 September-Desember 2004. Dept. Ilmu Komunikasi FISIP UI.
- Ravina, Mark (2009). *Introduction: Conceptualizing the Korean Wave*. Southeast Reviess of Asian Studies Vol. 31.
- Lee Sue Jin (2011). *The Korean Wave: The Seoul of Asia*. The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications Vol. 2 No. 1. Spring 2011.

Young-Mook Choi (2004). *An Application of Critical Media Theories to the "Korean Wave" in the East Asia*. Communication and Methodology.

### DISERTASI, TESIS, SKRIPSI

Herawati, Erni. *Pemaknaan Remaja Kelompok Laki-laki dan Perempuan terhadap cerita, gambar, dan tema pada Manga Shonen*. Tesis. Pasca Sarjana Komunikasi FISIP UI. 2005.

Mayasari, Rieska Dwi. *Pemaknaan Premarital Sexual Intercourse oleh Remaja Putri Tingkat Akhir (Analisis Pemaknaan Premarital Sexual Intercourse dalam film Virgin oleh Remaja Putri Tingkat Akhir)*. Skripsi. Program S1 Komunikasi FISIP UI. 2006.

Nesya, Amellita. *Kebudayaan Populer: Hallyu dan Perkembangannya di Indonesia*. Skripsi. Program S1 Sastra Korea FIB UI. 2010.

Setiowati, Endang (2008). *Imperialisme Budaya dan Pembentukan Identitas: Kajian terhadap Fanatisme Remaja pada Budaya Pop Jepang*. Tesis. Pasca Sarjana Komunikasi FISIP UI. 2008.

Stefanie, Felicia. *Pemaknaan Premarital Sexual Intercourse dalam Film Porno Indonesia oleh Mahasiswi di Jakarta*. Skripsi. Program S1 Komunikasi FISIP UI. 2009.

Sarwono, Billy. *Pemaknaan Karir Politik Presiden Perempuan dalam Masyarakat Patriarki (Analisis Pemaknaan Ibu Rumah Tangga Kelas Menengah di Jabotabek Tentang Megawati Soekarnoputri)*. Disertasi. Pasca Sarjana Komunikasi FISIP UI. 2004.

### INTERNET

Bambang, Setiawan. *Siapa Kelas Menengah Indonesia?*. <http://nasional.kompas.com/read/2012/06/08/13003111/Siapa.Kelas.Menengah.Indonesia> diakses 4 Juli 2012 jam 09:39

Dhania. <http://one.indoskripsi.com/judul-skripsi-makalah-tentang/fenomena-peer-group>. diakses 2 Juni 2012 jam 22.00.

K-pop vs J-pop: *Who Will Conquer Music World?*, <http://www.abs-cbnnews.com/lifestyle/11/30/11/k-pop-vs-j-pop-who-will-conquer-music-world> diakses 14 Desember 2011 jam 23:02.

- Nakagawa, Ulara. *Calm Ahead for Korean Wave?*, <http://the-diplomat.com/new-emissary/2010/10/29/calm-ahead-for-korean-wave/> diakses 15-12-11 jam 00:09.
- Nakagawa, Ulara. *Korean Drama Zeal in Asia*, <http://the-diplomat.com/new-emissary/2010/10/25/korean-drama-zeal-in-asia/> diakses 15-12-11 jam 00:00.
- Nakagawa, Ulara. *Korean Wave Ripple Effect*, <http://the-diplomat.com/new-emissary/2010/10/26/korean-wave-ripple-effect/> diakses 15 Desember 2011 jam 00:05.
- Nakagawa, Ulara. *Riding the Korean Wave*, <http://the-diplomat.com/new-emissary/2010/10/19/riding-the-korean-wave/> diakses 15 Desember 2011 jam 23:40.
- Nakagawa, Ulara. *The Seeds of Hallyu*, <http://the-diplomat.com/new-emissary/2010/10/22/the-seeds-of-hallyu/> diakses 15 Desember 2011 jam 23:45.
- Nugroho, Suray Agung. *Hallyu 'Gelombang Korea': Refleksi untuk Memajukan Studi Korea di Indonesia*, [elisa1.ugm.ac.id/files/suray\\_daryl/.../hallyu.doc](http://elisa1.ugm.ac.id/files/suray_daryl/.../hallyu.doc) diakses 14 Desember 2011 jam 22:43.
- Pastreich, Emanuel. *After Kimchi and Winter Sonata: The Intellectual Korean Wave*, <http://www.koreaitimes.com/story/16301/after-kimchi-and-winter-sonata-intellectual-korean-wave> diakses 15 Desember 2011 jam 23:18.
- Reinemarie. *Perempuan dan Budaya Pop*. <http://reinemarie.wordpress.com/2004/05/09/perempuan-dan-budaya-pop/> diakses 4 Juli 2012 jam 09:20.
- Sari, Putri Wulan. *Fenomena Hallyu Bagi Indonesia*. [http://newsinformationforyou.blogspot.com/2012/01/fenomena-hallyu-bagi-indonesia\\_07.html](http://newsinformationforyou.blogspot.com/2012/01/fenomena-hallyu-bagi-indonesia_07.html) diakses 14 Januari 2012 jam 13:36.
- Sudarmanto, Teguh Prayoga & Pepih Nugraha. *Musik Korea K-Pop Lovers, Ini dia Festival Untukmu!*, <http://entertainment.kompas.com/read/2011/04/28/20421911/K-Pop.Lovers.Ini.dia.Festival.Untukmu> diakses 14 Januari 2012 jam 14:25.
- Syah, Oktavian Donny. *8 Karakteristik Segmen Kelas Menengah Indonesia*. <http://ekonomi.kompasiana.com/marketing/2012/04/23/8-karakteristik-segmen-kelas-menengah-indonesia/> diakses 9 Juli 2012 jam 09:24.

Utari, Ria. *Hallyu: Kualitas Tinggi Harga Terjangkau*, <http://www.beritasatu.com/demam-korea/24905-hallyu-kualitas-tinggi-harga-terjangkau.html> diakses 14 Januari 2012 jam 09:33.

Wulan, Sari Putri. *Hallyu: Kualitas Tinggi Harga Terjangkau*, <http://www.beritasatu.com/demam-korea/24905-hallyu-kualitas-tinggi-harga-terjangkau.html> diakses 14 Januari 2012 jam 09:33.

Yuswohady. *Kelas Menengah Rapuh*. <http://www.yuswohady.com/2012/04/21/kelas-menengah-rapuh/> diakses 9 Juli 2012 jam 09:45.

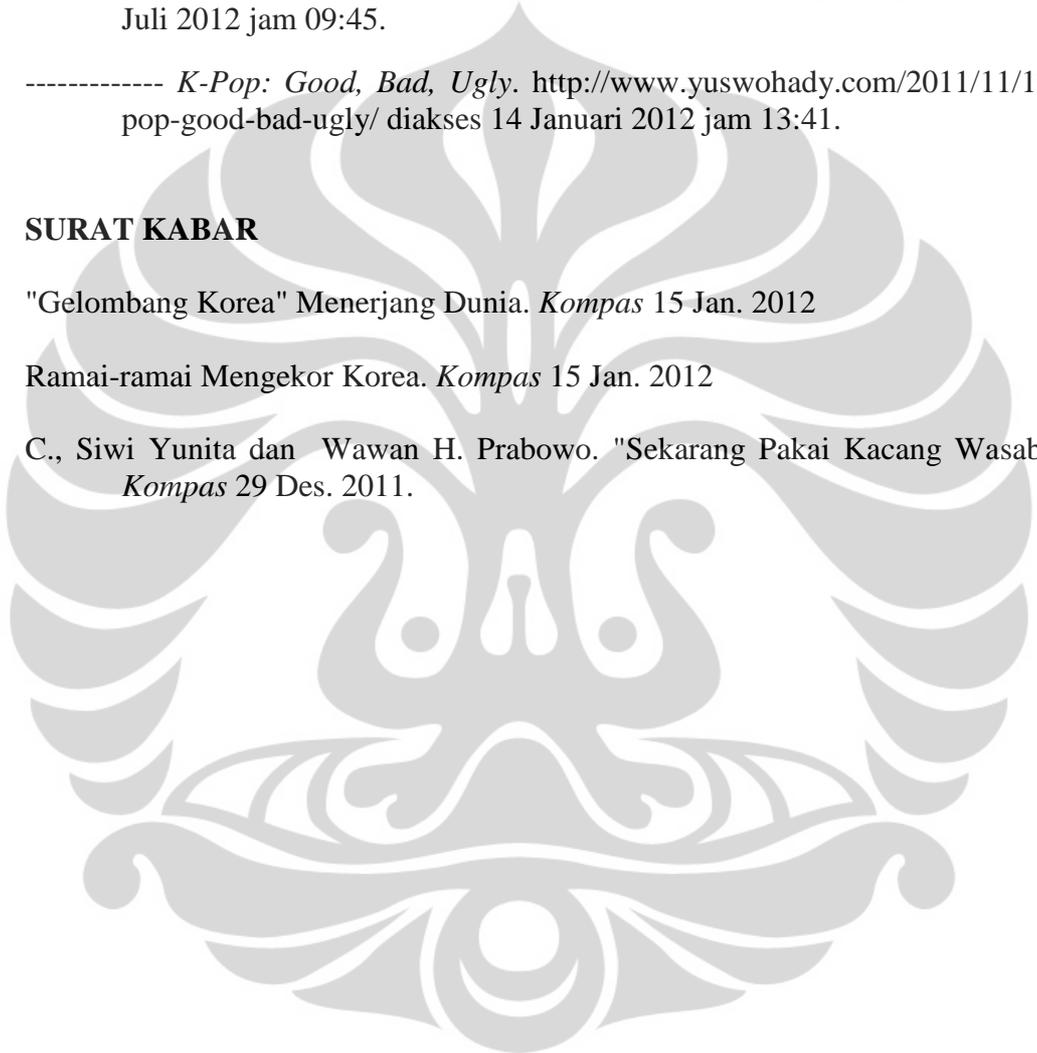
----- *K-Pop: Good, Bad, Ugly*. <http://www.yuswohady.com/2011/11/19/k-pop-good-bad-ugly/> diakses 14 Januari 2012 jam 13:41.

## **SURAT KABAR**

"Gelombang Korea" Menerjang Dunia. *Kompas* 15 Jan. 2012

Ramai-ramai Mengekor Korea. *Kompas* 15 Jan. 2012

C., Siwi Yunita dan Wawan H. Prabowo. "Sekarang Pakai Kacang Wasabi..." *Kompas* 29 Des. 2011.





# **LAMPIRAN 1**

## **(Pedoman Wawancara)**

## **PEDOMAN WAWANCARA**

**Hari/Tanggal** :  
**Tempat** :  
**Nama** :  
**Pekerjaan** :  
**Usia** :  
**Pendidikan** :

### **Background**

- Usia
- Pendidikan
- Pekerjaan
- Suku/ras

### **Keluarga**

- Anak keberapa dari berapa bersaudara?
- Lahir dan dibesarkan dimana?
- Apakah anggota keluarga kamu ada yang penggemar K-pop?
- Bagaimana pendapat keluarga kamu dengan kegemaran Anda terhadap K-pop?
- Bentuk dukungan seperti apa yang keluarga kamu berikan?

### **Pendidikan Formal**

- Pendidikan terakhir dimana?
- Bisa tolong ceritakan lingkungan kampus kamu?

### **Pendidikan Informal**

- Apakah kamu pernah mengikuti pendidikan informal?
- Dimana dan pendidikan informal seperti apa?
- Alasan mengikuti pendidikan informal tersebut?

### **Kegiatan sehari-hari**

- Bisakah kamu menceritakan kegiatan sehari-hari?

### **Kegiatan Weekend**

- Kalau weekend bersama keluarga biasanya kemana dan ngapaian aja?
- Seberapa sering kamu menghabiskan weekend bareng keluarga?
- Kalau weekend bareng peer group biasanya kemana dan ngapain aja?
- Seberapa sering kamu menghabiskan weekend bareng peergroup?

### **Peer Group**

- Hal-hal apa saja yang biasanya kamu obrolkan dengan peer group?
- Hal-hal terkait K-pop apa saja yang biasanya kamu obrolkan dengan peer group?
- Terkait K-drama, hal apa saja yang biasanya kalian obrolkan?
- Terkait musik K-pop, hal apa saja yang biasanya kalian obrolkan?
- Seberapa besar persentase obrolan seputar K-pop jika dibandingkan dengan hal-hal lain?

## **K-drama**

- Sejak kapan kamu tahu tentang K-drama?
- Bagaimana awalnya?
- Siapa yang pertama kali mengenalkan K-drama?
- Melalui media apa pertama kali kamu mengenal K-drama?
- Tayangan K-drama seperti apa yang biasanya kamu tonton?
- Mengapa kamu menyukai genre K-drama seperti itu?
- Saat ini K-drama apa saja yang kamu tonton? Tayang distasiun TV dan jadwal tayangnya kapan?
- Menurut kamu K-drama yang bagus dan menarik untuk ditonton seperti apa?
- K-drama favorit kamu apa?
- Apa yang membuat kamu menyukai K-drama itu?
- Apa alasan utama kamu dalam menonton K-drama?
- Apa keunikan atau kelebihan K-drama jika dibandingkan drama dari negara lain?
- Apa yang membuat kamu menyukai K-drama?
- Bagaimana pandangan kamu terhadap nilai-nilai budaya Korea yang dibawa oleh K-drama?
- Bagaimana pandangan kamu terhadap gaya hidup yang dibawa K-drama?
- Apakah nilai dan gaya hidup itu kamu terapkan dalam kehidupan kamu?
- Apakah ada hal yang tidak kamu sukai dari K-drama?
- Menurut kamu nilai-nilai baik apa saja yang bisa diambil dari K-drama?
- Apa karakter masyarakat Korea yang menurut kamu menarik?

## **Musik K-pop**

- Sejak kapan kamu tahu tentang musik K-pop?
- Bagaimana awalnya?
- Siapa yang pertama kali mengenalkan K-pop?
- Melalui media apa pertama kali kamu mengenal K-pop?
- Siapa penyanyi atau boyband favorit kamu?
- Tayangan musik K-pop seperti apa yang biasanya kamu tonton?
- Dimana biasanya kamu menonton tayangan musik K-pop tersebut? Kapan jadwal tayangnya?
- Apa keunikan musik K-pop yang membuat kamu menyukainya?
- Apa kelebihan musik K-pop jika dibandingkan musik pop dari negara lain?
- Apa yang tidak kamu sukai dari musik K-pop?
- Apakah kamu melihat K-pop sebagai bentuk pemberontakan?
- Bagaimana pandangan kamu terhadap orang yang memandang rendah K-pop dan K-popers?
- Bagaimana pendapat kamu tentang androgyny dalam musik K-pop?
- Bagaimana pendapat kamu tentang gaya berpakaian seksi para girlband K-pop?
- Bagaimana pendapat kamu tentang operasi plastik yang sering dilakukan bintang K-pop?



**LAMPIRAN 2**  
**(Transkrip Wawancara)**

## TRANSKRIP WAWANCARA INFORMAN

**Hari/Tangga** : Minggu, 6 Mei 2012  
**Tempat** : Rumah informan, Jakarta Selatan  
**Nama** : DD  
**Pekerjaan** : Karyawan swasta  
**Usia** : 24 tahun  
**Pendidikan** : S1 Komunikasi

- T** : Terima kasih ya udah mau diinterview. Maaf kalau mengganggu weekendnya
- J** : Ah no probs Ais. Santai ajalah.
- T** : Kita langsung mulai aja ya kalau begitu.
- J** : Oke.
- T** : **Kamu sekarang usianya berapa ya?**
- J** : 24 tahun.
- T** : **Kamu anak ke berapa dan asal orang tua dari mana?**
- J** : Aku anak ke 4 dari 4 bersaudara, kakakku perempuan semua. Kalau ayah dari Jawa kalau ibu dari Bandung.
- T** : **Kalau latar belakang pendidikan?**
- J** : Aku S.Sos jurusan komunikasi. Dulu kuliah di universitas swasta, Universitas Al-Azhar Indonesia (UAI).
- T** : **Bisa ceritain sedikit ga lingkungan kampusnya gimana? Anak-anaknya gimana?**
- J** : Ehm..UAI itu kan yayasannya Islam ya, yayasan Al-Azhar. Tapi kalau di kampus sendiri sih ga yang Islam banget. Maksudnya jangan dibayangin mentang mentang yayasan Islam trus jadi kaya UIN gitu. Sama aja kaya kampus swasta yang bukan yayasan Islam sih, anak-anaknya juga ga pake kerudungan semua kok, ada yang pake kerudung ada yang ga. Ya sama aja kaya kampus yang lain.
- T** : **Maksudnya sama kaya kampus swasta lain gimana?**
- J** : Ya, sama aja kaya misalnya di Trisakti atau Untar sih. Kalau dari aturan berpakaian gitu, ya samalah kayanya. Harus rapih dan sopan, pake sepatu di boleh pake sendal. Jadi, walaupun kita yayasannya Islam tapi kalau dilihat dari penampilan anak-anaknya ga jauh bedalah sama kampus kampus yang lain. Lagian kan UAI juga bukan kampus yang mengharuskan mahasiswinya buat pake kerudung kaya umumnya kampus yang yayasannya Islam. Jadi, kalau orang yang ga tau UAI, pas ngeliat anak UAI mereka mungkin ga bakalan mikir kalau UAI tuh yayasannya Islam. Habisnya ya penampilan anak-anaknya sama aja kaya anak kampus lain yang yayasannya bukan Islam. Anak-anaknya ga yang pake kerudungan semua, kalau ke kampus juga kebanyakan yang pake jeans dan kaos atau kemeja.
- T** : **Kalau penampilan anak-anaknya sendiri gimana?**

- J : Maksudnya stylenya gitu?
- T : **Iya. Kaya gaya berpakaian gitu deh.**
- J : Ehm..Yang merhatiin penampilan banyak, yang cuek juga ada. Kalau yang merhatiin penampilan ya gaya pakaiannya suka ngikutin tren fashion, model rambutnya juga, suka mix n match aksesoris gitu. Kalau yang biasa ya ga kaya gitu, pake baju biasa aja. Ga terlalu ngikutin tren, pake baju ya senyamannya mereka aja.
- T : **Bisa dijelaskan ga maksudnya yang ikut tren dan ga kaya gimana?**
- J : Ya yang kalau sesuai tren sih, mereka gaya berpakaianya selalu disesuaikan sama model pakaian apa yang lagi tren saat itu. Kaya misalnya pas lagi celana harem tren banget, mereka pake tuh celana kaya gitu. Ntar kalau udah ga tren lagi, mereka ga pake lagi. Kalau ada tren pakaian yang baru lagi, mereka ikutin lagi, kaya gitu. Pokoknya model pakaian mereka ditentukan sama tren. Kalau yang ga sesuai tren, yaa..gaya berpakaian mereka ga ngikutin apa yang lagi tren. Kaya pas lagi tren celana harem itu mereka tetep pake jeans. Mereka ga pake tuh celana harem.
- T : **Kalau kampus UAI sendiri ada peraturan ga sih buat pakaian gitu kan yayaan Islam ya?**
- J : Ga ada sih sebenarnya. Palingan sih harus pake baju berkerah dan sepatu, kalau ga ya ga boleh masuk sama satpam di lobby. Itu aja sih, kalau buat kerudungan ga ada kewajiban buat make. Kalau make ya pake, kalau ga ya terserah.
- T : **Itu peraturan tertulis atau tidak?**
- J : Iya, peraturan tertulis. Ada di papan peraturan kok. Ada gambarnya baju, celana, rokok di silang gitu. Kaya aturan lalu lintas.
- T : **Gambaranya kaya gimana?**
- J : Gambar baju yang boleh kaya polo shirt gitu. Yang ga boleh kaya oblong. Terus yang boleh sepatu tertutup, ga boleh sandal jepit atau sepatu yang terbuka. Celana yang boleh denim panjang ga ketat. Ga boleh celana kaya legging ketat gitu. Pokoknya kalo celana asal ga ketat aja terus panjang.
- T : **Selain dulu kuliah, kamu ikut kursus gitu ga sih? Kaya les bahasa atau apa gitu?**
- J : Waktu SMA pernah iku bahasa Inggris. Trus pas kuliah ikut Perancis sama Korea.
- T : **Kenapa sih kamu milih ikut les bahasa asing tersebut?**
- J : Kalau yang Inggris diwajibkan sih sama ibu, soalnya kan kemampuan bahasa Inggris kayanya wajib banget sekarang ini. Buat kuliah, buat ntar kerja juga pasti perlulah. Kaya pas kuliah text booknya kan banyak yang pake bahasa Inggris. Trus kalau ntar kerja rata-rata kan pake tes bahasa Inggris, lagian kalau bahasa Inggrisnya bagus kesempatan buat kerja di perusahaan asing kan lebih besar. Nah, kalau Perancis, dari dulu tuh aku suka banget denger orang Perancis ngomong. Hhe.. Ga tau kenapa tapi aku suka banget, aksennya bagus banget. Aku juga pengen bisa bahasa Eropa minimal satu deh, makanya milih Perancis. Apalagi kan Perancis juga banyak yang make di Eropa. Kalau Korea sih yang jelas karena suka Korea. Hhe..

- T : Nah kalau yang Korea, kamu sampai level apa lesnya?**
- J : Cuma satu level. Terus berhenti. Hhe.. Kayanya aku les bertahannya cuma satu level yak? Hahaha..
- T : Itu level apa?**
- J : Aku masih basic. Jadi levelnya ada 3. Basic, Intermediate 1 dan 2. Lamanya 3 bulan 1 term. 1 term itu ada 30 pertemuan. Dan tiap pertemuan itu dua jam. Karena aku ngambilnya yang sekali seminggu jadi tiap les langsung 4 jam. Itungannya langsung dua pertemuan.
- T : Hahaha..iya-iya. Itu kenapa berhenti?**
- J : Ya gitu deh, gurunya ga asyik terus temen-temennya juga.
- T : Ga asyiknya gimana?**
- J : Jadi kan aku baru pertama kali les Korea. Otomatis masih blank dong. Nah rata-rata di kelasku itu mereka itu ABG-ABG labil yang udah ada basic dan udah tau huruf hangul dan udah pada bisa baca. Nah aku sama dua orang lainnya karena masih baru banget kan masih kaget. Tapi tuh guru salah banget gabungin kita sama mereka yang udah pada bisa. Jadinya guru yang aneh itu malah kecepetan ngajarnya karena ngikutin mereka. Yaudah aku sama dua orang lainnya kan jadi ga bisa ngikutin, jadi aku keluar aja. Padahal aku lesnya pake uang tabungan sendiri.
- T : Waah ga sayang emang duitnya? Biaya lesnya berapa?**
- J : Sayang sih sebenarnya, sayang banget malah tapi mau gimana lagi. Percuma juga dipaksain, aku udah nyerah deh. Udah butek banget otaknya. Total semuanya 1,3jt, buat daftar, buku sama biaya per levelnya.
- T : Itu lesnya dimana? Berapa kali seminggu?**
- J : Di language corner, daerah radio dalam situ. Lesnya Sabtu doang, dari jam 09.00-13.00. Kebayang kan empat jam les kaya gitu gimana, setiap selesai les rasanya ngebul banget Ais.
- T : Itu dari rumah jauh ga sih Dhe?**
- J : Lumayan jauh dan macetnya naudzubillah kalo udah Sabtu. Itu juga kenapa akhirnya aku nyerah. Dari 30 pertemuan aku cuma dateng 20.
- T : Kamu kenapa les di situ? Emang yang lain ga ada?**
- J : Ga ada lagi, karena yang tempatnya yang lumayan ya di situ itu. Awalnya kan coba search di internet, trus nemu yang di situ deh. Modal nekat banget sih sebenarnya, sendirian trus pake uang tabungan sendiri pula.
- T : Lumayan gimana maksudnya?**
- J : Dari segi biaya itu lumayan murah dibandingin yang lain soalnya kan aku pake duit sendiri.
- T : Oh gitu. Kenapa sih kamu mau belajar bahasa Korea?**
- J : Ehm..pengen bisa aja, hhe..
- T : Gara-gara kamu suka K-pop juga ga sih?**

- J : Sebenarnya sih iya..hahaha.. Pengen tahu arti lagu-lagu Korea yang suka aku dengerin. Trus pengen bisa nulis hangul juga. Aku kan suka Suju, follow personelnya. Mereka tuh kalau ngetweet suka pake bahasa Korea, aku kan ga ngerti ya. Pengen banget gitu ngerti apa yang mereka tweet. Terus kan pengen juga bales tweet mereka pake hangul, iri banget gitu sama fans-fans yang bisa bahasa Korea trus bales tweet mereka pake hangul. Aku kan juga pengen, hhe..
- T : Kan ada google translate? Kenapa ga bales pake bahasa Inggris aja? Hhe..**
- J : Ah google translate kan terjemahannya ngaco apalagi kalau pake hangul atau kanji gitu, makin berantakan aja terjemahannya. Iya biasanya aku bales pake bahasa Inggris tapi kan rata-rata orang Korea ga bisa bahasa Inggris jadi kayanya bakalan percuma hhe.. Mereka juga ga ngerti. Makanya pengen banget bisa bahasa Korea. Lagian juga aku suka belajar bahasa baru biarpun ga pernah beres.
- T : Selain itu ada alasan lain ga kenapa kamu belajar bahasa Korea?**
- J : Sebenarnya sih ya, aku pengen banget nyari beasiswa ke Korea. Itu juga alasan kenapa aku belajar bahasa Korea. Emang sih mungkin nantinya ngambil kelas internasional yang pengantarnya bahasa Inggris, tapi kan di luar kelas semuanya pake bahasa Korea, tulisan di mana-mana pake hangul. Bisa mati kalo ga bisa sama sekali. Hhe..
- T : Bukannya ntar juga ada kelas persiapan bahasa gitu ya?**
- J : Iya sih, tapi kan tetep aja kalau udah ada dasar seenggaknya ntar ga bingung-bingung bangetlah. Trus bisa jadi nilai plus juga kan?
- T : Mau ambil jurusan apa emang?**
- J : Maunya sih yang berhubungan sama komunikasi soalnya kan aku S1 nya komunikasi.
- T : Mau di kota apa?**
- J : Ehm..pengennya sih di Seoul. Jadi kalau mau nonton konser deket, hahaha..Tapi sebenarnya mau dimana aja juga ga masalah sih buat aku, asalkan masih di Korea. Aku pengen banget ke sana soalnya.
- T : Hahaha..ada niat lain ya ternyata?**
- J : Iya doong, kalau aku S2 di Korea kan bisa nonton konser di sana. Harga tiketnya murah pula, ga gila-gilaan kaya di sini. Bandingin aja di sini SS4 INA rangenya 500rb-2jt. Encore kemaren cuma 88000 won, kalo dirupiahin cuma 790ribuan. Gila ya promotor di sini kalau bawa artis K-pop suka ga kira-kira. Trus kan kalau aku di sana, tiap minggu bisa jalan-jalan juga, menjelajahi Korea selama di sana. Hhe.. Sambil menyelam minum airlah. Hahahaha..
- T : Berarti sebenarnya lebih mentingin tempat dong? Bukan karena kualitas pendidikannya?**
- J : Ehm..sebenarnya sih iya. Koreanya itu yang jadi alasan utama. Hahaha.. Awalnya kan aku sempet liat persyaratan beasiswa ke sana, IPK dan TOEFL lebih gampang ke sana daripada US atau Eropa. Tadinya kan aku pengennya ke Perancis, tapi kalau Perancis kan harus lulus tes Perancis level 2A kalo ga salah. Perancis kan susah bahasanya, udah ngalamin belajarnya kaya gimana. Akhirnya aku putusin pengen nyari yang ke Korea aja. Sekalian jalan-jalan

gratis kalau ke sana banyak yang bisa dikunjungi kan? Hehehe.. Tapi pendidikan di sana juga bagus kok. Kalau dibandingin sama Indonesia juga kayanya masih lebih bagus. Seoul National University kan ranking ke 4 di Asia versi QS 2012, UI sama UGM aja yang katanya paling bagus di Indonesia rankingnya puluhan. Ga ada yang masuk 10 terbaik, dua puluhan juga kayanya ga. Tiga puluhan gitu deh kayanya persisnya aku lupa ranking berapa.

**T : Punya temen orang Korea ga sih?**

J : Ga ada, tapi aku punya sahabat yang lagi kuliah di sana. Namanya Sashki. Dia anak sastra Korea UI tuh dulunya, sekarang dia S2 di Korea. Gara-gara Sashki juga nih makanya pengen kuliah di Korea, suka ngompor-ngomporin dia. Ih sumpah yaa aku iri banget tiap liat foto-fotonya dia di Facebook. Bikin ngiler deh. Hhehe.. Pengen banget ke sana, kapan gitu aku bisa ke tempat-tempat itu, foto-foto kaya gitu?

**T : Ngompor-ngomporinnya kaya gimana?**

J : Iya dia bilangnya nyari beasiswanya ke sini aja. Kan ntar bisa jalan-jalan ke Jeju, bisa ke Kona Beans, bisa nonton Super Show langsung di Korea. Pokoknya kaya gitu deh, kan aku makin pengen ke sana. Hahaha..

**T : Sashki itu temen apa?**

J : Dia itu sahabatku, temen kompleknya Marita sahabatku waktu kuliah. Dikenalin ama Marita jadinya eh malah sahabatan juga. Dia juga suka K-drama sama K-pop, jadi obrolannya nyambung sama aku. Sekarang dia lagi kuliah S2 di Seoul National University, ngambil S2 Korean Literature. Dapet beasiswa tuh dia ke sana. Nah Sashki sampe 2013 masih bakalan di sana. Makanya aku juga pengen banget ke sana tahun depan sebelum Sashki balik ke Indo.

**T : Kamu mau ke Korea mau liburan ya?**

J : Hhehe..iya, makanya nih setahun ini aku nabung habis-habisan. Ga beli apa-apa dulu. Hahaha.. Aku udah niat banget pokoknya tahun depan aku harus ke sana. Mumpung Sashki masih di sana juga kan? bisa nginep di tempat dia, trus ntar dia bisa jadi tour guide juga. Kalau ntar aku ga bisa ngomong kan ada dia, kan dia jago bahasa Koreanya. Hahaha..

**T : Beneran ga beli apa-apa gitu?**

J : Niatnya sih gitu hhe..kalau ada sale apa-apa di mall aku jauh-jauh deh, mikirnya ntar di Korea aja belanjanya. Menderita sih sebenarnya liat teman beli apa gitu, aku ga. Trus pas ada sale suka pengen beli tapi ya mikir lagi. Terus yakinin diri, "Jangan beli jangan beli. Inget tahun depan mau ke Korea".Hahaha..Kalau lagi niat mah aku niat banget lho orangnya. Pokoknya tahun 2013 harus terwujud ke Korea.

**T : Kalau ada konser K-pop yang pengen ditonton juga ga mau beli?**

J : Itu pengecualian yaaa..hahaha.. Kemaren aku beli tiket Suju. Trus aku budgetin juga buat SM Town, kalau-kalau akhir tahun mereka ke sini. Udah itu aja sih. Yang lain-lainnya ga. Aku nonton konser cuma yang bener-bener aku suka aja, kalau ga sayang duitnya. Mending buat ke Korea deh. Hhe..

**T : Oh kemaren nonton Suju? Beli tiket yang mana?**

- J : Nonton dooong. Yaolo itu akhirnya mereka ke sini masa aku ga nonton, hahaha.. It's like a dream come true. Aku belinya yang fest 1,7jt. Tadinya mau yang super VIP yang 2jt. Udah niat tuh sebenarnya mau yang super VIP. Eh pas di sana kehabisan. Ya youknowlah kacauanya gimana penjualannya kemaren. Itu aja udah bagus banget masih dapet yang fest.
- T : Hahaha..Iya tau, ngerasain juga kok itu kemaren di Twin Plaza kaya apaan. Itu beli tiketnya pake uang sendiri apa gimana?**
- J : Akhirnya pake uang sendiri, pake tabungan. Sejak ada gosip mereka mau kesini, 3 bulan yang lalu aku kan udah nabung buat tiketnya. Padahal tuh tadinya kalau jadi yang super VIP ibu udah mau nambahin 300rb lagi, tapi kan habis jadi ya ga jadi.
- T : Ibu juga suka K-pop ga sih?**
- J : Ibu sukanya K-drama sih. Suka nonton K-drama yang di Indosiar. Dulu jaman-jamannya Jang Geum yang "Jewel in the Palace", ibu ikutin terus tuh. Yang cerita-cerita jaman dulu atau ga keluarga-keluarga gitu beliau sukanya. Kadang kita suka nonton bareng sih yang tayang jam 1/2 5 di Indosiar. Kadang kalau ibu lagi nonton aku suka ikut nonton, tapi aku sebenarnya lebih sering nonton sendiri sih di kamar.
- T : Kenapa lebih suka nonton sendiri?**
- J : Lebih bebas aja sih, maksudnya kalau mau ketawa ngakak juga nggak apa-apa. Kadang kalau lagi ada adegan tokohnya lagi pacaran atau apa, kadang suka ga enak sama ibu. Kadang kan adegan kaya gitu suka bikin senyum-senyum sendiri suka malu aja kalau ada ibu. Atau kalau lagi sedih banget adegannya aku suka terharu sendiri terus nangis. Aku kan malu kalau nangis gara-gara K-drama. Hehe..
- T : Emang kenapa? bakalan diledekin gitu sama ibu?**
- J : Ga tau, aku belum pernah nangis pas nonton bareng. Hhehe.. Tapi ya itu aku lebih suka nonton sendiri. Mau ketawa ngakak, mau senyum-senyum sendiri atau mau nangis bebas, ga ada yang ngeliatin.
- T : Kalau ibu sendiri suka K-dramanya sejak kapan?**
- J : Ehm..dari dulu sih kayanya suka, jaman-jamannya Winter Sonata, Endless Love ibu udah nonton kayanya. Itu pas dulu awal-awal K-drama tayang. Terus yang Jang Geum juga. Sekarang jadi lebih sering sih, apalagi sekarang sinetron makin ga jelas ceritanya. Jadi palingan nonton K-drama sama berita, sama itu tuh..drama kisah nyata yang di DAAI TV.
- T : Emang sinetron ga jelasnya gimana sekarang?**
- J : Ya tau sendirilah konfliknya suka lebay, mengada-ada banget mana episodenya banyak banget ampe bosan. Makanya sekarang ibu lebih sering nonton K-drama sama yang DAAI TV. Lebih masuk di akal ceritanya soalnya kan kaya yang di DAAI itu ceritanya dari kisah nyata gitu.
- T : Mengada-adanya gimana?**
- J : Gimana ya aku juga susah jelasinnya, jarang nonton juga sih. Pokoknya kalau dibandingin sama K-drama, K-drama itu kan konfliknya lebih masuk di akal soalnya persoalan mereka tuh sama aja kaya yang dihadapin orang-orang

sehari-hari. Jadi ceritanya sebenarnya dekat sama keseharian kita. Kalau sinetron ya kebalikannya deh. Hhe.. Tapi ya itu mereka bisa bikin jalan cerita yang menarik buat ditonton.

**T : Kamu kan ada TV kabel memangnya ibu ga suka nonton film atau TV series apa gitu?**

J : Ga sih, ibu lebih suka ceritanya K-drama katanya lebih manusiawi dan masuk di akal. Konfliknya juga ga mengada-ada, terus dandanannya pemainnya juga masuk di akal..ya wajar gitulah..ga berlebihan. Ibu juga suka K-drama soalnya tempat syutingnya bagus-bagus.

**T : Selain ibu, di keluarga kamu sendiri ada yang suka Korea ga sih?**

J : Paling kakak cewek yang di atas aku. Teteh sukanya K-drama.

**T : Suka ngobrolin K-drama juga dong?**

J : Lumayan sih tapi palingan ngobrolnya gitu-gitu aja sih.

**T : Maksudnya gitu-gitu aja gimana? Sama kaya kalau ngobrol sama sahabat kamu ga?**

J : Beda, kalau sama kakak palingan ngobrolnya kaya ngasi tau ada K-drama baru apa aja, ceritanya kaya gimana, pemainnya siapa. Udah gitu aja sih ga yang sampe ngobrolin adegan per adegan atau gimana gantengnya Siwon pas di Skip Beat. Hahaha.. Kalau sama sahabat-sahabatku itu, semua isi drama itu bisa diomongin, mulai dari aktor, adegan per adegan, baju, boots, model rambut, sampai gimana kerennya gadget yang mereka pake, kita kan jadi tergila-gila sama pink note gara-gara liat di Rooftop prince. Hahahah.. Pokoknya kalau sama mereka mah semuanya bisa dibahas deh.

**T : Kalau sama kakak suka nonton bareng juga ga?**

J : Paling weekend kalau lagi sama-sama di rumah suka nonton DVD bareng. Dia kan kerja, nyampe rumah udah malem, capek. Dia mendingan tidur daripada nonton K-drama.

**T : Kalau beli DVD gitu sukanya pake duit sendiri atau gimana?**

J : Pake duit sendiri. Tapi kalau nitip teteh sih, kadang dia ga mau kalo duitnya digantiin. Kadang juga dia suka beliin aku DVD kalau kebetulan dia nemu DVD baru, padahal aku belum nitip.

**T : Kok ga mau digantiin?**

J : Ya  **mungkin karena dia udah kerja jadi banyak duit**. Hhe.. Mungkin dia mikirnya toh DVDnya juga buat bareng-bareng ini, kan nantinya juga dia ikut nonton.

**T : Kalau profesinya sekarang apa?**

J : Sekarang ini lagi ga kerja baru aja resign. Dulunya sih karyawan swasta.

**T : Oh gitu, trus sekarang kegiatan sehari-harinya ngapaian aja?**

J : Hmm..kalau dulu mah kerja dari jam 8 sampai jam 4 sore. Hari Sabtu terkadang suka masuk kerja kalau lagi ada hal acara penting. Kalau sekarang tiap hari di rumah, ga ngapa-ngapain juga sih sebenarnya. Paling nonton TV, nyari-nyari lowongan, sambil apply-apply juga. Palingan gitu-gitu aja sih sambil bantu-

bantu kerjaan di rumah. Baru Minggu biasanya aku hang out barengsahabat-sahabatku, soalnya kan pada kerja juga mereka. Tapi kadang juga di rumah aja sih pas weekend, istirahat. Hehe..

**T : Kalau nonton TV yang ditonton apa aja?**

J : Paling K-drama yang lagi tayang di TV aja sih yang ditonton. Aku sekarang nontonnya yang di Indosiar dan ANTV. Itu aja sih aku ga suka nonton sinetron sama acara-acara lain.

**T : Kenapa emang?**

J : Ya sinetron kaya gitu ceritanya tuh suka mengada-ada, mana episodenya panjang-panjang sampe lupa awalnya gimana. Terus penampilan pemainnya juga berlebihan, yakali mau tidur juga masih full make up. Pokoknya ga masuk di akal deh, makanya males nonton. Mendingan nonton K-drama deh episodenya pendek, ceritanya menarik, ga bikin bosan. Hehe..

**T : Menariknya gimana kalau K-drama terus kenapa ga bikin bosan?**

J : Sebenarnya sih ya kalau K-Drama temanya ya itu-itu lagi. Awalnya pemain utamanya saling benci, terus jadi saling suka, trus ada cinta segi empat. Intinya sih kaya gitu, hampir selalu kaya gitu. Tapi yang bikin menarik adalah tiap K-drama pasti konfliknya beda, jadi biarpun polanya hampir sama kaya gitu tapi tetep aja menarik buat ditonton. Soalnya tiap drama tuh bisa mengemas tema-tema yang sebenarnya itu lagi itu lagi jadi menarik dan beda. Udah gitu tau sendiri kan pemain-pemainnya ganteng-ganteng dan cantik-cantik, make up nya juga natural. Jadi ya kalau pas di rumah ya dandannya kaya orang lagi di rumah ga pake make up, bajunya juga biasa aja. Lha kalo di sinetron di rumah aja kaya orang mau kondangan make up nya. Lebay banget.

**T : Kalau di rumah nonton K-drama terus dong? Nontonnya jam-jam berapa aja?**

J : Hehe...iya bisa dibilang gitu. Habis resign kan aku di rumah terus, bantu-bantu kerjaan rumah palingan. Di rumah aku tugasnya nyapu tiap pagi, habis itu ga ada kerjaan lagi. Jadi habis nyapu ya palingan mandi, sarapan, terus jam 10 nonton Bread, Love and Dreams yang di ANTV sampe jam 11. Terus ntar jam 12 kan ada lagi di Indosiar, kemaren sih ada Naughty Kiss, nonton itu. Habis Naughty Kiss kan ada Protect the Boss jam setengah 2 sampe jam 3. Lanjut terus tuh sampe jam 3.

**T : Eh ya balik lagi ke kerjaan. Sekarang udah apply kemana aja?**

J : Terakhir sih apply di 1st media buat jadi helpdesk, sama di Garuda Indonesia Passenger Operation Service. Tapi ga lolos dua-duanya. Udah sampai tahap interview sih, belum rejeki kali yah. Hhe..

**T : Kalau nyari-nyari lowongan kerja gitu di mana sih?**

J : Aku kan ikut jobstreet, jadi kalau ada lowongan yang sesuai sama CVku di jobstreet ya dikirimin email sama jobstreetnya. Atau ga dari temen, kalau ada lowongan mereka suka kasi tahu, "Eh di sini ada lowongan nih lo mau ga?" Gitu-gitu aja sih. Sekarang sih sejak resign, jadi suka beli Kompas Sabtu juga buat nyari-nyari lowongan, kan di Kompas Sabtu banyak tuh.

**T : Eh ya di rumah langganan Koran ga sih? Atau suka baca Koran ga?**

- J : Ga langganan, aku juga ga suka baca Koran. Emang dasarnya ga terlalu suka baca sih. Ini juga beli Kompas gara-gara mau lihat lowongan kerja, kalo ga mah ga beli juga. Hhe..
- T : Suka nyari-nyari lowongan via internet juga ga sih?**
- J : Palingan liat di twitter sih. Aku kan follow twitternya lowongan kerja, palingan kalau lagi cek timeline liat tweetnya ada pekerjaan yang aku tertarik aku klink linknya buat liat informasi lebih lanjut. Palingan gitu aja sih. Aku seringan browsing dari link-link yang ada di tweet mereka sih. Lebih praktis sih, tertarik tinggal klik langsung ke infonya ga harus ribet nyari di google.
- T : Eh ya kalo sore kan suka ada K-drama yang setengah 5 suka nonton juga ga?**
- J : Iya itu juga nonton, sampe jam 6.
- T : Terus kapan nyapu rumahnya?**
- J : Ya sebelum itu mulai. Kan dari jam tiga sampai setengah 5 ada jeda K-drama tuh, ada acara berita kayanya sama gosip apa gitu. Nah aku nyapu rumahnya pas di situ sekalian sholat Ashar, kadang mandi juga. Tapi aku lebih seringnya mandi jam 6 sih habis nonton K-drama sekalian sholat Maghrib.
- T : Kalau apply-apply gitu kapan dong, kalo nonton K-drama terus?**
- J : Malem. Hhe.. Biasanya malem tuh baru aku ngurus-ngurus lowongan. Habis makan malam, **nonton K-drama** dulu di One Channel, mulainya jam 8 sampe jam 9. Baru deh masuk kamar, ngurus-ngurus lowongan. Cek twitter buat liat tweet lowongan kerja. Aku kan internet di handphone online terus, jadi kalau ada email dari jobstreet langsung cek sih biasanya. Paling liat dulu, kalau menarik baru ntar malemnya aku cek lagi sekalian urus buat apply.
- T : Kalau lagi weekend di rumah biasanya ngapain aja?**
- J : Beresin kamar sendiri, terkadang kalau lagi ada DVD drama korea baru ya nonton DVD seharian.
- T : Itu DVD baru maksudnya yang gimana?**
- J : DVD K-drama yang baru, yang belum tayang di TV. Biasanya kan udah ada duluan yang jual DVD nya. Nah aku kan juga suka beli DVD tuh, tapi karena tiap hari ada K-drama di TV yang aku ikutin terus. Yang DVD biasanya aku tonton pas weekend kalau weekend ga ada acara.
- T : Oh gitu, itu dapet info K-drama baru darimana?**
- J : Dari twitter seringan kan aku follow KDramaIndo di twitter, nah mereka suka share info K-drama apa aja yang baru. Yang lagi tayang di Korea, yang DVDnya baru rilis, bahkan yang DVDnya udah ada di lapak abang-abang DVD bajakan. Hehhe.. Kadang dari temen juga sih, sahabatku yang 7 orang itu kan pada suka K-drama juga. Kadang mereka suka infoin juga. Kadang lewat twitter, atau kakaotalk mereka suka kasi link resensinya. "Ada K-drama baru nih, (judulnya) bagus, lo harus nonton." Paling kaya gitu sih.
- T : Biasanya kalau pas weekend nontonnya berapa episode?**
- J : Ehm..berapa ya? Palingan maraton 2 disk sih, 3-7 episode gitu deh.

- T : Satu episode berapa jam sih?**
- J : Kira-kira 45 menitlah
- T : Kalau weekend suka jalan sama keluarga juga ga sih? biasanya kemana?**
- J : Paling makan bareng ke luar, ke mall, tapi itu sekarang jarang sih. Pada sibuk sama kegiatan sendiri-sendiri, aku sama kakak lebih sering pergi sama teman kalau weekend. Bapak sama ibu juga sering ada kondangan gitu kalau weekend.
- T : Terakhir kapan?**
- J : Ehm..kapan ya? 2 bulan lalu kayanya.
- T : Kalau pergi keluar biasanya kemana sih?**
- J : Paling mall ke **PIM**, makan bareng di restoran.
- T : Itu yang nentuin ke mananya siapa biasanya?**
- J : Biasanya ditanyain sih mau kemananya sama ayah, tapi ujung-ujungnya juga ke **PIM**. Hehe.. Soalnya itu lumayan dekat, lagian banyak pilihan juga kan di sana, kaya tempat makan juga lumayan banyak.
- T : Biasanya makan di resto apa? Suka makan di resto Korea?**
- J : Ga pada suka, keluargaku ga ada yang suka. Palingan kakak cewek yang di atasku, itu juga sukanya Topokki doang. Paling kita makan di resto Jepang kaya Sushi Tei atau Hanamasa. Keluargaku suka makanan Jepang soalnya, apalagi kalau yang all you can eat. Hahaha.. Tapi kalau lagi pada mau makan yang beda-beda sih makan di food court jadi pada bisa mesen sendiri-sendiri makanannya.
- T : Nah kalau weekend kamu sering pergi sama temen kan? Itu temen dekat atau temen kuliah?**
- J : Mereka itu sahabatku pas kuliah. Ada 7 orang.
- T : Teman-teman kamu itu karakternya gimana sih?**
- J : Kita banyak kesamaan sih sebenarnya, sama-sama suka nyoba hal-hal baru, jalan-jalan, sama suka Korea. Hahaha.. Mungkin itu yang bikin kita bisa tetep sahabatan sampe sekarang.
- T : Misalnya kaya apa?**
- J : Ya kaya pas lagi jalan bareng gitu trus ngeliat ada resto Korea baru, kita mah liat-liat aja dulu menunya harga cocok cobain. Gitu. Kan ada tuh orang yang kebanyakan mikirnya, ga ah ntar ga enak ntar rugi, kalau kita mah coba-coba aja. Enak ga enaknya kan jadi tahu setelah dicoba, hhe.. Trus kita juga penggemar K-Drama sama suka K-pop, punya idola masing-masing juga. Jadi kalau ngobrol nyambung. Dan yang terpenting adalah kita sama-sama pengen ke Korea. Itu kayanya impian kita bersama deh. Hhe.. Kita bahkan udah bikin list tempat-tempat yang mau kita kunjungi kalau ke sana, biar ntar kita bisa atur iniatrynya.
- T : Emang mau kemana aja pas di sana?**

J : Aku sih pastinya mau ke tempat syuting-syuting K-drama itu, jeju island, yang museum Teddy Bear. Soalnya bagus banget tempatnya, impian banget deh bisa ke sana. Terus paling spot-spot wisata di Seoul kaya Nimsan Tower ya kalo ga salah namanya. Kalau temenku maunya ke K-Story, Kona Beans, Hans & Gretel cafe, Y-Style, itu toko sama resto yang punya memernya Suju, mereka sering banget ke sana. Temenku kan suka banget sama Suju. Nah dia pengen banget ke sana, kali aja pas kita lagi ke sana ada Suju. Hehe.. aku juga pengen banget ke situ soalnya aku juga suka Suju.

**T : Kalau lagi jalan bareng mereka, sukanya kemana aja?**

J : Palingan ke mall sih ya, kemana lagi sih kalau di Jakarta. Hhe..

**T : Mall mana?**

J : Seringnya ke Ganci, atau ga ke PIM dan Sency palingan

**T : Kenapa milihnya ke mall-mall itu?**

J : Karena kebetulan mall-mall itu letaknya lumayan di tengah jadi kalau ketemuan sama mereka ya di situ.

**T : Emang rumahnya pada di mana?**

J : Ada yang di Mampang, Ciputat dan Kuningan.

**T : Kalau hangout bareng temen nih, biasanya ngapain aja?**

J : Kalau ga nonton, makan atau ngobrol sambil makan froyo (gayanya) hahaha..

**T : Biasanya kalau nonton film apa?**

J : Palingan yang lagi tayang di bioskop aja sih, palingan comedy-romance gitu-gitu deh. Kita ga suka horor dan action. Bikin pusing dan pada penakut juga jadi ga pada suka horor. Hhe..

**T : Kalau makan biasanya makan di mana sih? suka makan di resto Korea?**

J : Iya di situ ada resto Korea namanya Mr. Dup Bap sama Happy Friends. Biasanya makan di situ.

**T : Biasanya makan apa aja?**

J : Sundubu, bibimbap sama topokki.

**T : Sundubu itu apaan sih?**

J : Kaya soupnya Korea gitu tapi rasanya pedes.

**T : Kamu kenapa suka banget sundubu, bibimbap dan topokki?**

J : Hmm..Enak sih terus kalau sundubu kan rasanya pedes, aku kan emang suka makanan pedes. Kalau yang lain rasanya unik sih, rada beda aja sama masakan Indonesia. Hhe..

**T : Kalau minum biasanya minum apa?**

J : Minuman biasanya aku cuma minum 15rb, karena murah. Hhe..

**T : Emang range harga makanannya berapa?**

- J : Kalo di Mr. Dup Bap itu aku makan Sundubu 95rb belum termasuk pajak 10%, kalau yang di Happy Friends lebih murah bibimbap 50rb, ramen 35rb, sama topokki 30rb belum termasuk pajak 10%.
- T : Selain yang dua itu ada lagi ga resto lain di Ganci?**
- J : Ada. Gojumong apa kalau ga salah namanya. Kayanya ada 4 atau 5 gitu, tapi ga hapal nama-namanya.
- T : Kalau di situ pernah nyobain ga?**
- J : Ga Ais, mahal bener. Range harganya mulai 150rb-800rb.
- T : Kalau ke mall bareng sahabat kamu itu tujuannya sebenarnya apa sih?**
- J : Sebenarnya sih pengen ngumpul bareng, kan sejak lulus pada sibuk kerja udah misah-misah. Jadi ya biar tetep ngejaga hubungan juga. Kan kita udah jarang ngumpul. Selain itu ya buat ngelepasin stress juga sih, kan seharian kerja rutinitasnya itu-itu lagi tiap hari. Kena macet mulu, ngadepin orang kantor mulu. Ya buat ngilangin stress juga sih, sekalian cerita-cerita. Makanya kalau nonton kita ga suka nonton film-film yang berat, kaya action, horor, yang ada keluar-keluar malah stress sendiri. Hhehe.. Kan kita hangout bareng buat nyari hiburan bukannya nambah stress.
- T : Kalau lagi ngobrol biasanya ngobrolin apa aja sih?**
- J : Ngebahas kerjaan kadang-kadang, tapi lebih sering sih ngebahas drama atau musik-musik.
- T : Kalau bahas drama atau musik yang dibahas K-pop ya?**
- J : Iya banget. Yang dibahas musik-musik terbaru, video klip terbaru atau juga style terbaru mereka. Kebetulan kita juga penggila K-drama, jadi selalu up to date tentang drama-drama terbaru yang mau kita tonton
- T : Bisa dijelaskan ga obrolannya kaya gimana? Yang dibahas apanya?**
- J : Kaya kalau baru rilis video klip terbaru kita suka bahas videonya. Misalnya kaya pas EXO rilis video MAMA, kita ngobrolin gaya berpakaian mereka di video itu, model rambutnya mereka, konsep videonya. Cocok ga sama lagunya kaya gitu sih. Terus kalau style, misalnya minggu ini EXO perform di Inkigayo. Kita suka ngomongin juga performancenya mereka kaya gimana bagus atau ga, gaya berpakaian dan rambutnya kaya gimana. Kadang kan gaya pakaian dan model rambutnya suka aneh-aneh, jadi kadang tuh malah buat penampilan mereka jadi aneh bukannya keren. Kita bahas kaya gitu deh. Kita jadi kaya fashion police deh kalau udah ngomongin stylenya mereka.
- T : Contohnya gimana?**
- J : Ehm..Misalnya kaya pas perform di mana ya aku lupa, membernya EXO kan ada yang namanya Chanyeol nah dia rambutnya kan ga pernah di spike gitu pas waktu itu dispiki eh jadi ganteng banget. Hahaha.. Jadi ya kita ngobrolin betapa gantengnya dia dengan model rambut kaya gitu, trus pas Baekhyun, member EXO juga, tiba-tiba rambutnya dikeriting gitu. Sumpah itu jadi aneh banget, kita jadi ngehina dinakan penampilannya dia waktu itu. Hhehe.. Palingan kaya gitu sih. Mungkin orang mikir yang kita obrolin tuh ga penting banget tapi seru banget lho itu. Hahahah..

**T : Kalau yang K-drama yang dibrolin apa aja?**

J : Kalau itu biasanya saling ngasi rekomendasi sih, "eh gw lagi nonton K-drama A, lo nonton deh bagus ceritanya". Kaya gitu. Atau ga diceritain sinopsisnya kaya apa, ada berapa episode, trus ada berapa disk kalo misalnya itu DVD, pemainnya siapa. Kadang suka dikasi tau juga sih bagian favoritnya dia pas dimana atau ga pas yang paling sedih pas adegan apa. Saling sharing aja sih. Atau kalau misalnya kalau kita lagi nonton K-drama yang sama, kita juga suka ngobrolin adegan-adegannya. Kaya misalnya pas Skip Beat tayang di TV, kan kita suka banget sama Siwon (pemain Skip Beat). Siwon itu kan personelnya Suju juga, kebetulan kita semua juga suka Suju. Jadi kita suka ngobrolin adegan-adegannya Siwon, kaya pas di satu adegan Siwon lagi ganteng banget, terus pas di episode berapa gitu model rambutnya Siwon dibelah samping jadinya gayanya cupu banget. Bikin ilfeel. Pokoknya kaya gitu deh.

**T : Kalau ketemuan gitu yang inisiatif buat ngejadwalin siapa sih?**

J : Biasanya sih mereka yang ngajakin duluan. Marista yang paling sering jadi organizernya. Hhehe.. Dari jaman kuliah dia emang paling sering sih ngajak jalan duluan.

**T : Via apa tuh biasanya?**

J : Kita kan pada pake android dan BB ya? Jadi biasanya lewat kakaotalk. Kita kan ada grup di kakaotalk gitu, isinya ya kita-kita aja. Buat ngobrol sehari-hari, soalnya kan udah jarang ketemu juga sejak lulus.

**T : Kakaotalk itu kaya whatsapp ya?**

J : Iya tapi lebih seru, emoticonnya lebih seru, lebih ekspresif. Lebay banget sih sebenarnya tapi lucu-lucu. Dia emoticonnya kan kaya gif gitu, jadi gerak-gerak. Kaya emoticon kiss kan gambarnya kelinci, bibirnya monyong-monyong gitu kaya mau nyium terus ada tulisan chu chu gerak-gerak sama love-love gitu. Kocak deh. Hhe.. Itu kan aplikasi dari Korea. Jadi ada friend plus juga artis Korea, kalo temenan sama mereka gitu ntar kita dapet notif kalau mereka posting video, foto atau berita di friend plus nya mereka. Semacam fan page lah kalau di Facebook. Jadi kakaotalk itu kaya kerja sama deh sama manajemennya artis-artis itu buat promo. Jadi kalau ada info apa gitu, mereka suka posting di friendplus itu. Nah itu juga kenapa kita pake kakaotalk, tadinya kan pada pake whatsapp pas tau ada kakaotalk sekarang pada pake kakaotalk deh. Jadi biar bisa follow Suju dan EXO. Hahaha..

**T : Itu tau ada kakaotalk darimana?**

J : Tau dari Marista, dia yang awalnya ngasi tau. Trus kita pada download deh. Jadi semuanya pake.

**T : Kalau lagi ngobrol gitu suka pada pake bahasa Korea ga sih?**

J : Sering sih, kalau kakao-an atau di twitter kita suka pake bahasa Korea dikit-dikit. Kaya *Omo* (itu kaya OMG), trus *mianhe* (sorry), *gomawo* (thanks), *kamshamnida* (thank you) sama *aniyo* (nggak). Paling kaya gitu aja sih, kita sih tetep pake bahasa Indonesia cuma suka diselipin kata-kata itu.

**T : Kalau menurut kamu K-pop itu apa sih? Apa saja yang termasuk di dalamnya?**

- J : Menurut aku K-pop adalah Korean Pop atau musik Populer yang berasal dari Korea Selatan. Masih termasuk bagian dari Korean Wave, selain K-drama, K-Culture.
- T : K-culture itu maksudnya budaya Koreanya ya? Traditioanl culture?**
- J : Iya, termasuk traditional culture-nya juga masuk. Itu lebih kaya yang tradisional gitu sih kalau menurut aku, kaya rumah tradisional, hanbok (pakaian tradisional Korea), upacara pernikahan, yang kaya gitu.
- T : Kamu tahu K-pop sejak kapan sih?**
- J : Aku pertama kali tau K-pop itu dari K-dramanya dulu. Kalo musiknya baru sesudahnya. Kalau K-drama itu dari kelas 6 SD, awalnya nonton All About Eve di tahun 2000 dari situ udah mulai suka K-drama. Terus ada Endless Love. Yaudah mulai dari situ selalu ngikutin perkembangan drama Korea terus sampe sekarang.
- T : Waah dari SD kamu udah nonton K-drama ya?**
- J : Iya soalnya kan waktu itu kan lagi booming banget K-drama di TV. Kayanya semua orang nonton gitu, jadi ya aku juga nonton. Hhe.. Temen-temenku juga pada nonton soalnya. Kalau ga nonton kan gimana gitu rasanya, beda sendiri. Ntar mereka ngomongin aku ga tau lagi mereka ngobrol apaan. Hhehe.. Apalagi kan itu ditayanginnya pas sore ya kalau ga salah, ga ada kegiatan juga pas sore jadinya ya nonton itu deh.
- T : Sebenarnya kamu suka genre apa sih?**
- J : Genre lebih suka yang comedy-romance sih. Lebih menghibur kalau menurut aku, konfliknya juga ga bikin mikir banyak. Ya aku kan nonton juga buat nyari hiburan bukan buat pusing mikirin konflik yang ribet. Hahaha.. Kalau comedy-romance kan lucunya dapet, romancenya dapet. Ya paket lengkaplah. Rata-rata sih K-drama yang aku sering tonton genrenya kaya gitu. Tapi ga semua genre itu terus aku tonton, ga juga. Kalau ga menarik ya aku ga terusin. Kaya yang "Glory Jane" itu kan comedy-romance juga, tapi pas udah nonton terus ngebosenin yauda aku ga tonton lagi. Tapi nih ya kalau yang di Indosiar itu selalu deh dramanya bagus-bagus, makanya aku selalu nonton yang mereka tayangin.
- T : Memangnya K-drama yang bagus dan menarik itu yang seperti apa sih?**
- J : Yang membuat aku penasaran sama kelanjutan ceritanya dan membuat aku terhibur.
- T : Terhiburnya kaya gimana?**
- J : Ya yang lucu, yang bisa bikin ketawa. Yang bikin aku merasa terhibur dan senang habis nonton. Ya kaya Full House sama Protect the Boss gitu. Ga yang pusing sendiri habis nonton gara-gara pusing mikirin konfliknya, atau yang sedih. Aku ga suka K-drama yang sedih-sedih makanya kalau yang sedih-sedih aku ga nonton. Bikin mood rusak. Mendingan nonton yang lucu-lucu aja. Aku ga suka tuh K-drama yang model-model Winter Sonata, sedih banget soalnya, bawaanya jadi ikutan sedih kalau habis nonton K-drama kaya gitu.
- T : Kalau sama sahabat-sahabat kamu itu, pada pinjem-pinjem DVD juga ga sih? Biasanya pinjem-pinjemannya sama siapa?**

- J : Sering sih. Misalnya aku punya DVD baru, suka ngasi tau mereka juga kalau mereka belum beli terus mau nonton aku pinjemin. Pas ketemuan aku bawain. Mereka juga gitu ke aku, kadang aku ditawarkan mau minjem ga. Seringnya sih sama Nia, Marista sama Rini, mereka yang sering beli DVD. Tapi kadang kalau aku suka dramanya aku mending beli DVD nya sih biar bisa ditonton lagi. Kaya Full House, udah ditayangin beberapa kali kan di TV. Tetep aja tuh aku sering nonton DVDnya ga bosan-bosan. Hhe...
- T : Kalau yang membuat kamu suka banget sama K-drama?**
- J : Banyak sih sebenarnya. Contohnya nih ya dari segi cerita, mereka tuh jago bikin tema yang sebenarnya itu-itu aja jadi menarik dan beda di tiap K-drama...
- T : ... Maksudnya gimana?**
- J : ...Kalau kamu perhatiin ya, K-drama tuh polanya sama deh. Kalo yang comedy-romance ya, soalnya kan aku banyakan nontonnya yang genre itu. Selalu deh ada cinta segi empat, awalnya saling benci terus akhirnya saling suka. Gitu terus polanya. Tapi tiap drama tuh konfliknya beda-beda jadi biarpun dengan tema yang sama tapi tiap drama jadi beda. Contohnya kaya Full House sama Lie to Me. Itu sama-sama tentang kawin kontrak, Full House kawin kontrak antara penulis sama aktor kalau Lie to Me pegawai negeri sama presdir hotel bintang 5. Temanya sama aja kan sebenarnya, tapi packgingnya beda. Jadi tema yang sama tetep aja menarik buat ditonton.
- T : Selain itu apa lagi yang bikin kamu suka?**
- J : Tiap nonton K-drama aku selalu ngerasa Korea itu ada di dimensi yang beda sama kita. Hahaha..
- T : Maksudnya gimana?**
- J : Ya tiap ngeliat kehidupan mereka sehari-hari yang high-tech banget, terus ngebandingin sama di sini kayanya jauh banget gitu....
- T : Bedanya kaya gimana emang?**
- J : ...Trus kalau ngeliat para pemain K-drama itu aku selalu mikir gila ya ini orang-orang cantik-cantik banget, kaya boneka. Mereka tuh manusia beneran ga sih? Kadang suka mikir gitu. Cara mereka berpakaian sama make up nya juga, natural banget tapi tetep keliatan cantik banget. Walaupun aku tahu ya banyak yang operasi plastik, tapi tetep aja tiap ngeliat mereka aku amazed. Terus kalau liat rumah mereka, interiornya gitu, minimalis sih tapi sekaligus warm kesannya kaya gitu. Mungkin karena warna-warnanya kali ya? Warna yang soft, pastel kaya gitu. Aku ngeliatnya tuh kaya rumah barbie kadang. Hhehe.. Belum lagi peralatan rumah tangga yang canggih-canggih banget. Perhatiin deh rumah-rumah dan apartemen di sana, pintunya pasti pake kunci otomatis yang pake kode terus ada cctv di pagernya. Belum gadget-gadget yang mereka pake, kayanya semuanya serba touch screen dan latest technology deh. Ya kalau dibandingin sama di sini beda jauh lah, jarang banget kan rumah yang peralatannya canggih dan pake cctv dan kunci pintu otomatis gitu. Kecuali yang kaya banget kayanya jarang ada yang make. Rumahnya bagus juga belum tentu pake kaya gitu. Sementara di sana rata-rata pake, mau rumahnya kecil dan biasa aja atau gede banget dan mewah pada pake semua. Mereka high tech banget deh kalau menurut aku. Dan yang paling aku salut dari K-drama adalah

semodern apa pun kehidupan mereka sekarang, secanggih apa pun teknologi mereka yang namanya nilai-nilai tradisional Korea selalu dipertahankan.

**T : Tadi kan kamu sebutin ya nilai-nilai tradisionalnya tetap dipertahenin sama mereka, nilai-nilai yang kaya gimana contohnya?**

J : Perhatiin deh di K-drama itu pasti selalu ada rumah tradisional Korea. Ada hanbok terutama pas upacara pernikahan, biarpun pernikahannya pake upacara internasional misalnya orang tuanya pasti tetep pake hanbok. Terus mereka kalo makan selalu pake sumpit besi, itu kan bagian dari tata cara makan tradisional mereka. Hal-hal kaya gitu tuh terus dipertahenin sama mereka biarpun mereka sekarang udah maju banget dari segi teknologi sama ekonomi.

**T : Menurut kamu nilai-nilai positif apa aja sih yang ada dalam K-drama?**

J : Banyak sih, hhe. Nilai kekeluargaan yang kuat, yang jelas sih itu ya. K-drama selalu nampilin gimana orang Korea selalu mengutamakan keluarga. Buat mereka kepentingan keluarga harus didahulukan daripada kepentingan pribadi. Terus kalau anggota keluarganya tertimpa masalah keliatan banget kalau anggota keluarga yang lain berusaha untuk membantu. Sering banget kan tuh kalau di K-drama ditampilin keluarganya punya bisnis keluarga, terus kalau ada masalah apa di perusahaannya semua anggota keluarga bahu-membahu buat nyari solusinya.

K-drama tuh selalu nampilin gimana hormatnya orang Korea sama orang tuanya, sama orang yang lebih tua deh. Mungkin ga hanya ditunjukin dengan membungkuk ngasi salam tapi lebih ke sikap yang menghargai pendapat orang tua, ga ngelawan kaya gitu deh. Mereka tuh nurut banget sama orang tuanya, bahkan sampe mereka dewasa. Walaupun mereka udah dewasa tapi tetep aja mereka masih menghargai orang tuanya. Pokoknya penghormatan kepada orang yang lebih tua itu dijunjung tinggi banget sama orang Korea. Ga hanya sama ke kedua orang tuanya mereka juga sangat menghormati kakek-neneknya. Kan kalau di Korea sering banget tuh, keluarga besar yang sama-sama tinggal dalam satu rumah, mulai dari kakek-nenek, paman, bibi dan orang tua. Dalam kesehariannya keliatan banget kalau mereka sangat menghormati orang-orang tersebut."

Terus mereka selalu makan bareng sekeluarga, kalau menurut aku itu sesuatu yang jarang banget ya apalagi kaya sekarang semua orang pada sibuk sama kegiatannya masing-masing. Tapi mereka kalau makan selalu bareng sekeluarga. Mereka tuh selalu berusaha ngejaga kebersamaan keluarga. Terus tokoh utamanya juga selalu digambarin sebagai orang biasa (kelas pekerja) yang pekerja keras dan ga pernah nyerah buat meraih impiannya, dan pada akhirnya bisa jadi orang sukses. Itu kan juga ngajarin kita buat ga pernah nyerah dan terus berjuang sampai impian kita tercapai.

**T : Selain nilai yang tadi kamu sebutin ada nilai lain ga?**

J : Kalau di K-drama kan sering banget ditampilin keluarga yang punya bisnis keluarga turun-temurun. Di situ keliatan banget deh gimana masyarakat Korea itu selalu berusaha menjaga kelangsungan bisnis tersebut apa pun yang terjadi. Bahkan mereka rela buat ngorbanin kepentingan pribadinya agar bisnis itu tetap utuh. Kaya di K-drama *Twinkle-twinkle*. Mereka kan punya bisnis penerbitan gitu. Terus karena ada konflik, bisnisnya nyaris bangkrut. Di situ keliatan banget gimana setiap anggota keluarga berusaha mati-matian buat

mempertahankan bisnis itu. Bahkan anak perempuan tertua di keluarga itu rela mengorbankan cintanya pada kekasihnya agar bisnis keluarganya dapat terselamatkan.

**T : Ada lagi ga yang kamu suka dari K-drama selain itu semua?**

J : Ehm..fashion mereka. Aku suka banget baju-bajunya. Aku suka warna-warnanya, mereka kan bajunya suka pake warna-warna soft, warna-warni sih sebenarnya tapi yang lembut kaya ungu misalnya ungunya lembut ga ungu yang ngejreng dan bikin norak. Terus warna-warna pastel kaya gitu. Aku suka banget, simpel tapi stylish banget gitu. Ya ga heran sih sekarang mereka jadi kiblat fashion juga kan? Hhe.. Suka boots-boots juga, apalagi baju musim dinginnya. Sayang aja sih di sini ga ada musim dingin, padahal pengen banget pake baju kaya gitu. Terus apalagi ya? Ehm..paling tempat-tempat syutingnya sih. Itu bagus-bagus banget ya. Jadi makin pengen ke sana. Korea tuh mau musim apa juga kayanya bagus banget. Hahaha.. Eh ya ada lagi yang aku suka dari K-drama, mereka selalu pake produk buatan Korea, gadget dan mobil terutama ya.

**T : Gimana pendapat kamu tentang masyarakat Korea yang cinta banget sama produk dalam negerinya?**

J : Kalau menurutku sih itu hal yang bagus banget dan harus kita tiru ya. Orang Korea kan cinta banget sama produk dalam negerinya. Lihat aja deh handphone orang Korea, mayoritas pasti Samsung kalo ga LG. Jadi ga heran kalau mereka adalah pengguna android terbesar di dunia, karena memang negaranya adalah negara yang paling banyak memproduksi handphone berbasis android. Ga itu aja, coba liat di jalan-jalan Korea pasti mobil mayoritas isinya Hyundai atau merk Korea lainnya. Jarang banget deh mereka pake merk luar. Mereka kayanya punya kebanggaan sendiri kalau pake produk buatan Korea.

**T : Kamu jadi tertarik buat make apa yang mereka tampilin di K-drama itu ga sih?**

J : Kalau buat fashion, tergantung sih. Kalau cocok ya ikutin, kalau ga ya ga.

**T : Kalau di K-drama kan mereka suka pake mini skirt sama hotpants gitu? Kamu pake juga ga?**

J : Ga lah kalau kaya gitu, kependekan. Bisa diomelin ayah, bisa dipecat jadi anak. Ga boleh keluar rumah. Hahaha.. Kalau ayah sih ngasih batesan rok atau celana, pendeknya persis di atas dengku. Lagian kalau pendek banget kaya gitu ga cocok aja sih kalau di sini. Kalau di sana mungkin ga apa-apa kali ya, tapi kan Indonesia budayanya beda. Aku sih suka kalau ngeliat orang-orang di K-drama itu pake baju-baju itu kaya gitu, mereka sih pantes-pantes aja makenya keliatannya bagus aja. Tapi kalau buat aku pake sih kayanya ga.

**T : Kalau sahabat-sahabat kamu yang suka K-drama itu ngikutin fashion Korea gitu juga ga sih?**

J : Sahabat-sahabatku juga ga pernah sih pake baju seksi kaya gitu. Palingan kaya aku sih mix n match aja, ga yang aneh-aneh dan pake hotpants gitu. Mereka juga ga pernah pake baju yang seksi dan pendek banget. Ga boleh juga sih sama orang tuanya. Mereka juga suka komen negatif kalau ngeliat baju girlband yang terlalu pendek atau seksi. Mereka sebenarnya suka fahion K-pop, tapi ya palingan dimix n match aja. Biar sesuai sama budaya sini. Palingan juga

kita pake rok atau dress yang pendeknya persis di atas dengkul, ga sampe kaya yang di K-drama yang sepaha apalagi yang kaya girlband gitu sampe di pangkal paha. Kalau Marista suka beli baju-baju online yang dari Korea di online shop gitu-gitu. Tapi kalau aku sih ga, paling males belanja online kadang suka beda sama yang di foto.

**T : Kalau masalah kebebasan kaya free sex gitu gimana, di K-drama suka ada kaya gitu ga?**

J : Naah itu juga sebenarnya yang bikin aku suka K-drama dan kayanya yang buat orang-orang suka K-drama. K-drama tuh beda sama TV series Amerika yang banyak sex scene atau adegan kissing. Kalau di TV series Amerika kan kissingnya jatohnya suka vulgar ya kalau di K-drama tuh sweet dan romantis gitu, paling cuma nempel bibir, ga yang french kiss lebay kaya di TV series Amerika. Jadinya K-drama tuh lebih romantis kalau menurut aku, kalau mereka kissing sama pasangannya keliatan kalau itu buat nunjukin rasa sayang. Kalau di TV series Amerika kan, keliatannya nafsu banget. Hahaha.. Kalau pacaran juga yang malu-malu gitu ga agresif, jadi masih nunjukkin banget budaya timurnya. Trus kalau di K-drama kita bakalan sering banget deh liat cowok nangis kalau mereka lagi sedih. Cowok nangis kan kayanya 'haram' banget hukumnya, tapi kalau di K-drama tuh nggak. Cowok sama cewek ya sama aja, kalau sedih ya nangis aja. Toh itu sesuatu yang manusiawi kan? Menurutku itu juga nunjukin karakter orang Korea yang emang sensitif dan perasa, kalau mereka sedih ya mereka nangis.

**T : Kalau menurut kamu nilai-nilai baik apa aja sih yang bisa diambil dari K-drama?**

J : Ya itu tadi, penghormatan ke orang tua dan orang yang lebih tua, pekerja keras, gaya pacaran yang masih sesuai sama budaya timur, terus ya itu tadi ga pernah lupa sama budaya lokal. Kayanya itu yang perlu banget kita tiru. Kalau menurut aku nih ya Korea itu adalah perpaduan ideal dimana kemajuan teknologi berpadu dengan nilai-nilai tradisional. Ya sama kaya Jepang lah. Terus mereka juga cinta banget kan sama produk dalem negerinya, pemakai android terbesar kan orang Korea. Soalnya mayoritas produsen handphone berbasis android kan Korea.

**T : Kalau karakter masyarakat Korea yang menurut kamu menarik kaya gimana?**

J : Ya itu tadi semaju apa pun negara mereka, mereka tetap menjunjung tinggi tradisi mereka. Mereka pekerja keras, kalau di K-drama kan ditampolinnya kaya gitu. Kalau menurut aku sih pada kenyataan juga gitu kok. Liat aja sekarang siapa sih yang ga tau Korea Selatan, negara yang dulunya bukan apa-apa sekang jadi negara yang diperhitungkan di dunia. Jadi kekuatan ekonomi baru, budaya popnya digilai di seluruh dunia. Semua itu kan butuh kerja keras, ga bersifat instan. Mungkin itu yang paling aku kagumi dari Korea. Terus sejak suka musik K-pop aku juga jadi tahu, kalau bintang K-pop itu sebelum diorbitin harus jadi trainee dulu selama bertahun-tahun ada yang 7 tahun bahkan. Jadi apa yang mereka peroleh tuh ga ada yang instan, semuanya lewat kerja keras dari bawah. Beda bangetlah sama orang Indonesia, apa-apa maunya instan kan? Kalau orang Indonesia jadi trainee sampe 7 tahun gitu kayanya ga bakalan pada tahan. Maunya kan pada instan, kaya ikut kontes idol-idol,

rekaman terus berharap jadi artis sukses. Ya ga mungkin bisa segampang itulah, pasti semuanya butuh proses dan kerja keras dulu.

**T : Kalo yang musik itu awalnya gimana bisa tau musik K-pop? Bisa diceritain ga awalnya gimana?**

J : Dulu sahabatku Marista, yang ngenalin K-pop, sekitar tahun 2006 atau 2007 gitu, lupa. Hehehe. Dia bilang "ehh..coba googling deh super junior di youtube, liat videonyayang Sorry sorry, keren banget lo pasti suka deh". Yaudah akhirnya aku liat deh, dan bener aja lho langsung suka. Awal liat sih dalam hati ngebatin"apaan sih nih?" Eh pas diliat kedua kalinya langsung suka. Mulai dari situ deh suka sama musik-musik K-pop. Tapi sebenarnya bener-bener suka banget yang sampe dengerin banget tuh baru setahun terakhir sih.

**T : Kalau musik K-pop apa sih yang membuat kamu suka sama musik K-pop?**

J : Yang jelas sih karena udah bosan sama musik Indonesia yang ala-alay ga jelas, sama musik barat yang gitu-gitu aja.

**T : Alay gimana maksudnya?**

J : Ya musik Indo kan terakhir-terakhir ini kalau ga boyband/girlband yang ngikut Korea ya musiknya alay-alay kaya Kangen band atau ST 12 yang menurut aku tuh ga jelas banget deh liriknya kaya gimana. Trus musik barat juga lama-lama bikin bosan ga ada yang baru, ga ada inovasi deh. Paling banter juga Adele, itu juga lagunya bikin galau banget. Hahaha.. Akhirnya aku jadi lebih sering dengerin K-pop gara-gara diracunin sama sahabat-sahabatku itu. Mereka ngomonginnya Suju dan EXO mulu, aku disuru dengerin lagunya dan liat video klipnya. Akhirnya dengerin, terus makin suka deh. Apalagi sering nonton juga acara musik K-pop gitu, makin sering liat jadi makin suka.

**T : Apa sih keunikan musik K-pop yang membuat kamu jadi tertarik buat dengerin?**

J : Musiknya enerjik dan bikin semangat ada sih yang mellow tapi mayoritas tuh lagunya yang bikin semangat. Iramanya tuh ear-catching mungkin itu yang bikin orang suka biarpun ga tahu artinya apaan. Palingan ngerti yang pas bagian bahasa Inggrisnya. Kan kalau lagu K-pop liriknya suka campur bahasa Inggris walaupun dikit. Plus juga penampilan para penyanyinya yang ganteng-ganteng dan cantik dan stylish banget. Video klipnya juga bagus-bagus, apalagi yang girlband warnanya tuh selalu kaya candy-candy color gitu deh. Jadi kesannya tuh ceria, kaya di dunia barbie dah. Seneng aja gitu liatnya, mereka cantik-cantik ganteng-ganteng, lagunya enak didenger, dancenya bagus. Ya enak di telinga, enak dilihat mata jugalah.

**T : Menurut kamu apa sih kelebihan Kpop dibandingkan dengan budaya pop Indonesia?**

J : Wahhh..jauhh bangeet..kalau K-Pop sudah pasti warna musik mereka jauh lebih berwarna dan beragam dibandingkan pop Indonesia. Kalau pop Indonesia selalu dan itu-itu aja, ga ada variasinya dan cenderung lebih membosankan. Beda dengan K-pop yang jenis musik mereka lebih variatif dan lebih keren pokoknya dibandingkan dengan musik indonesia (Ga cinta tanah air bgt guehhh, hahaha...)

**T : Kalau dibandingkan dengan budpop Amerika menurut kamu kelebihan K-pop apa?**

J : Tetep seperti tadi, kalau pop Amerika juga terlihat monoton, jadi kalau ngeliatnya biasa aja nggak ada specialnya. Kalau K-pop memang menang di performance mereka, enerjik, dance-dance yang selalu dinamis dan tidak monoton jadinya orang tidak gampang bosan. Tetep Korea kan juaranya maaahhhh.

**T : Kalau hal yang kamu ga suka dari musik K-pop ada ga?**

J : Ehm..apa ya? Mungkin lebih ke pakaian mereka yang minim-minim ya? Kan kalau girlband gitu suka banget pake baju yang seksi banget, hot pants, mini dress dan mini skirt yang mininya tuh mini banget. Kadang pake dress yang pendek banget sampe ke pangkal paha, mana dressnya juga ngepas banget. Lebih ke situ aja sih. Mungkin kalau di sana ga apa-apa kali ya, udah diterima sama masyarakatnya.

**T : Kalau menurut kamu musik K-pop itu sebenarnya sebuah bentuk pemberontakan juga ga sih? Kaya punk gitu?**

J : Hmm..kalau dari segi lirik kayanya sih ga ya. Kalau aku lihat dari terjemahan lagu-lagunya Suju atau EXO yang biasa aku dengerin sih, liriknya lebih ke percintaan, kaya gitu. Mungkin dari segi fashion dan style para penyanyi K-pop iya, kalau menurut aku ya.

**T : Maksudnya gimana? Bisa dijelaskan ga?**

J : Ya style nya boyband itu deh, yang androgyny. Kan banyak banget member boyband yang androgyny. Yang kaya cowok cantik gitu deh kaya yang di J-pop. Kalau di Suju nih, ada yang namanya Heechul, dia itu cantik banget sekaligus ganteng banget terus suka pake eyeliner. Terus model bajunya kadang suka beda sendiri, kalau lagi pada pake jas misalnya dia pake blazer yang pendek yang ngatung gitu yang modelnya kaya blazer cewek ada rendan-rendanya gitu. Terus ada lagi Ren, dari boyband Nuest, umurnya masih 16 tahun. Dia itu juga cantik banget, rambutnya pirang, suka diiket ke atas gitu rambutnya kaya dicepol. Terus pake make up dan eyeliner, kayanya dia juga pake lipgloss yang ada warnanya. Aku pernah liat fotonya. Makin mirip kaya cewek, orang yang ga tau dia cowok pasti ngirain dia cewek. Temenku aja ada yang ngirain Ren itu cewek, hehe.. Terus mereka juga suka pake baju warna pink gitu kan. Heechul pernah pake sweater warna shocking pink, terus Ren pas ada fan signing gitu pake jaket warna pink. Kalo aku ngeliatnya sih itu bentuk rebalnya mereka. Pink itu kan warnanya cewek tapi mereka cowok sering banget pake warna kaya gitu. Terus pake eyeliner juga, model rambutnya juga kaya cewek. Heechul pas SS3 rambutnya dicepol gitu, terus pake bangs, asli kaya cewek banget. Ren juga ada bangsnya sih. Terus kalau yang fashion girlbandnya sama juga sih, di f(x) itu ada namanya Amber. Dia itu penampilannya persis kaya cowok. Tadinya aku pikir membernya f(x) tuh ada yang cowok pas pertama liat f(x) eh ternyata itu Amber. Dia potongan rambutnya juga kaya cowok pake bajunya juga baju cowok gitu. Terus pas premiere film I AM dia pake jas aja dong kaya cowok.

**T : Kamu ngeliat androgyny di musik K-pop gitu pendapatnya gimana?**

J : Dari dulu aku sih suka-suka aja ya ngeliat orang-orang kaya gitu, aku ngeliatnya sih keren aja. Suka banget malah kalau ngeliat cowok cantik. Hhehe.. Sampai temenku pernah bilang "gw curiga nih sama lo, jangan-jangan lo suka sama cewek ya?". Hahaha.. Sebenarnya aku ngeliat orang kaya gitu, lebih ke keberanian mereka buat menentang pakem yang ada sih. Ya tipe yang fuck the gender boundaries lah. Kaya yang tadi, warna pink. Ga cewek doang kok yang boleh pake warna pink, ga cewek doang kok yang boleh pake eyeliner, ga cewek doang yang boleh punya bangs. Itu kan konsep yang dibuat sama masyarakat, nah orang-orang ini berani lho nentang itu. Kalau menurut aku sih itu salah satu letak rebelnya musik K-pop. Sama aja kaya J-pop sih, J-pop juga banyak kan cowok cantik kaya Gackt atau Hyde gitu. Cuma kalau Korea tuh versi bagusnya kalau Jepang versi aneh dan berantakannya. Hahaha..

**T : Maksudnya gimana? Kamu kok tahu juga yang J-pop apa suka juga?**

J : Suka sih ga. Tau aja Gackt sama Hyde soalnya pas SMA dan kuliah temenku ada yang suka J-pop dan ngefans banget sama Laruku. Dia suka nunjukkan fotonya ke aku. Iya, kalo J-pop tuh gayanya aneh-aneh dan berantakan kalau menurut aku. Kaya ala-ala rocker, gothic-gothic gitu, pake baju item, kutek item trus pake eyeliner atau make up. Trus rambutnya suka dicat merah nyala, kuning ngejreng apa ijo gitu. Jatohnya aneh kalau menurut aku. Kalau androgyny di K-pop sama rebel juga, tapi rebelnya lebih fashionable gitu, pake bajunya warna-warna cerah kaya tadi pake pink. Rambutnya diwarnain juga tapi warnanya bagus, dark blonde apa coklat gitu. Pokoknya masih cocoklah sama muka mereka, jadinya stylish ga aneh. Terus cowoknya pada pake eyeliner, jatuhnya sih cantik sekaligus ganteng di saat yang bersamaan.

**T : Kalau akhirnya remaja yang suka K-pop jadi banyak yang bergaya androgyny kaya gitu menurut kamu gimana?**

J : Ya nggak apa-apa sih. Toh bagus mereka berani tampil beda. Berani nentang arus.

**T : Tapi kan jadi banyak yang berpandangan negatif ya sama orang-orang yang berpenampilan kaya gitu, menurut kamu gimana?**

J : Hmm..itu sih karena mereka ngeliatnya dari sisi yang negatif ya. Kalau aku sih ngeliatnya lebih ke fashion ya. Bentuk rebelnya mereka dari segi fashion, cara mereka mengekspresikan diri. Ga yang lain-lain. Mungkin kebanyakan orang menilainya negatif, "apaan sih cowok kok kaya cewek? atau sebaliknya." Terus dikaitinnya sama orientasi seksual deh, jadinya makin negatif aja penilainnya. Padahal kan fashion identity sama sexual identity itu beda lah. Ga lantas orang yang androgyny itu gay, walaupun ga menutup kemungkinan androgyny ada yang gay. Tapi kan ga bisa digeneralisir lah. Kadang suka kesel juga sih sama orang-orang yang penilaiannya kaya gitu. Kayanya narrow minded banget. Tapi kalau aku sih fine-fine aja, itu semua cuma fashion itu juga kan bagian dari seni.

**T : Kalau sahabat kamu yang penggemar K-pop pendapatnya gimana tentang androgyny?**

J : Mereka sih suka-suka aja. Apalagi Marista, dia kan suka banget sama Ren. Jadi kalau ngomongin androgyny sama dia nyambung banget deh. Hahaha.. Kalau yang lain sih suka juga. Bahkan suka kagum kok bisa ya cowok bisa cantik kaya gitu. Terus mereka juga sama kaya aku sih ngeliatnya lebih ke fashion,

dan ga lantas nganggep androgyny itu gay. Kalau aku tunjukkan fotonya Heechul atau Ren, mereka selalu yang "gila ya Heechul cantik banget, kalah gw" dan ga pernah komen yang "ih apaan sih dandan kaya cewek gitu, jangan-jangan emang gay." Mereka ga pernah komen kaya gitu, kan suka ada tuh dulu teman kuliahku yang komen kaya gitu pas liat fotonya Heechul. Nyebelin banget deh kalau ada yang komen kaya gitu.

**T : Kalau yang girlbandnya sendiri gimana?**

J : Kalau girlband aku juga ngeliatnya sama sih ya bentuk rebelnya di fashion. Aku ngeliatnya pakaian mereka yang mini-mini itu sebenarnya bentuk perlawanan juga. Gimana pun juga kan kita budaya timur yang memegang adat timur yang memiliki banyak aturan. Nah pakaian yang mini itu lebih buat nunjukkin kebebasan berekspresi terutama dari segi pakaian.

**T : Kalau kamu sendiri tertarik ga buat pake pakaian kaya gitu?**

J : Yang mini-mini maksudnya? Hmm..nggaklah, terlalu mini kalo kaya gitu. Nggak sesuai juga sih kalau dipakai sehari-hari di sini. Lagi mereka pake baju kaya gitu kan buat di video klip atau ga pas manggung. Kalau buat mereka perform okelah tapi kalau buat jalan mah kayanya ga deh.





# **LAMPIRAN 3**

## **(Open Coding)**

Refleksi	Transkrip	Temuan	Kategori
	<p><b>T</b> : Kalau latar belakang pendidikan?</p> <p><b>J</b> : Aku S.Sos jurusan komunikasi. Dulu kuliah di universitas swasta, Universitas Al-Azhar Indonesia (UAI).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• S.Sos jurusan Komunikasi</li> <li>• Universitas Al-Azhar Indonesia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pendidikan S1</li> <li>• Universitas swasta</li> </ul>
<p>Sama seperti kampus lain itu gimana ya?</p> <p>Kampus swasta yg bukan yayasan islam mksdnya apa?</p> <p>Cthnya gmn?</p>	<p><b>T</b> : Bisa ceritain sedikit ga lingkungan kampusnya gimana? Anak-anaknya gimana?</p> <p><b>J</b> : Ehm..UAI itu kan yayasannya Islam ya, yayasan Al-Azhar. Tapi kalau di kampus sendiri sih ga yang Islam banget. Maksudnya jangan dibayangin mentang-mentang yayasan Islam trus jadi kaya UIN gitu. Sama aja kaya kampus swasta yang bukan yayasan Islam sih, anak-anaknya juga ga pake kerudungan semua kok, ada yang pake kerudung ada yang ga. Ya sama aja kaya kampus yang lain.</p> <p><b>T</b> : Maksudnya sama kaya kampus swasta lain gimana?</p> <p><b>J</b> : Ya, sama aja kaya misalnya di Trisakti atau Untar sih. Kalau dari aturan berpakaian gitu, ya samalah kayanya. Harus rapih dan sopan, pake sepatu ga boleh pake sendal. Jadi, walaupun kita yayasannya Islam tapi kalau dilihat dari penampilan anak-anaknya ga jauh bedalah sama kampus kampus yang lain. Lagian kan UAI juga bukan kampus yang mengharuskan mahasiswinya buat pake kerudung kaya umumnya kampus yang yayasannya Islam. Jadi, kalau orang yang ga tau UAI, pas ngeliat anak UAI mereka mungkin ga bakalan mikir kalau UAI tuh yayasannya Islam. Habisnya ya penampilan anak-anaknya sama aja kaya anak kampus lain</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Yayasan Islam. Tapi kalau di kampus sendiri sih ga yang Islam banget.</li> <li>• jangan dibayangin mentang-mentang yayasan Islam trus jadi kaya UIN gitu</li> <li>• anak-anaknya juga ga pake kerudungan semua kok, ada yang pake kerudung ada yang ga</li> <li>• Kalau dari aturan berpakaian gitu, ya samalah kayanya. Harus rapih dan sopan, pake sepatu ga boleh pake sendal.</li> <li>• Jadi, walaupun kita yayasannya Islam tapi kalau dilihat dari penampilan anak-anaknya ga jauh bedalah sama kampus kampus yang lain.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perbedaan UAI dengan kampus Islam lain (UIN)</li> <li>• Kesamaan dengan kampus swasta yang bukan yayasan Islam</li> </ul>

	<p><b>yang yayasannya bukan Islam. Anak-anaknya ga yang pake kerudungan semua, kalau ke kampus juga kebanyakan yang pake jeans dan kaos atau kemeja.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• penampilan anak-anaknya sama aja kaya anak kampus lain yang yayasannya bukan Islam</li> <li>• Anak-anaknya ga yang pake kerudungan semua, kalau ke kampus juga kebanyakan yang pake jeans dan kaos atau kemeja.</li> </ul>	
<p>Define style itu apa? Yg termasuk style itu apa rambut, baju, sepatu, atau apa?</p>	<p><b>T : Kalau penampilan anak-anaknya sendiri gimana?</b> <b>J : Maksudnya stylenya gitu?</b></p> <p><b>T : Iya. Kaya gaya berpakaian gitu deh.</b> <b>J : Ehm..Yang merhatiin penampilan banyak, yang cuek juga ada. Kalau yang merhatiin penampilan ya gaya pakaiannya suka ngikutin tren fashion, model rambutnya juga, suka mix n match aksesoris gitu. Kalau yang biasa ya ga kaya gitu, pake baju biasa aja. Ga terlalu ngikutin tren, pake baju ya senyamannya mereka aja.</b></p> <p><b>T : Bisa dijelasin ga maksudnya yang ikut tren dan ga kaya gimana?</b> <b>J : Ya yang kalau sesuai tren sih, mereka gaya berpakaian selalu disesuaikan sama model pakaian apa yang lagi tren saat itu. Kaya misalnya pas lagi celana harem tren banget, mereka pake tuh celana kaya gitu. Ntar kalau udah ga tren lagi, mereka ga pake lagi. Kalau ada tren pakaian yang baru lagi, mereka ikutin lagi, kaya gitu. Pokoknya</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gaya berpakaian sesuai tren</li> <li>• Model rambut sesuai tren</li> <li>• Memadupadankan aksesoris</li> <li>• Tidak ikut tren</li> <li>• Mengenakan pakaian yang dirasa nyaman</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• gaya berpakaian selalu disesuaikan sama model pakaian apa yang lagi tren saat itu</li> <li>• pas lagi celana harem tren banget,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Style anak UAI <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ikut tren</li> <li>2. Tidak ikut tren</li> </ol> </li>   <li>• Yang sesuai tren</li> </ul>

	<p>model pakaian mereka ditentukan sama tren. Kalau yang ga sesuai tren, yaa..<b>gaya berpakaian mereka ga ngikutin apa yang lagi tren. Kaya pas lagi tren celana harem itu mereka tetep pake jeans. Mereka ga pake tuh celana harem.</b></p>	<p>mereka pake tuh celana kaya gitu.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ntar kalau udah ga tren lagi, mereka ga pake lagi.</li> <li>• Kalau ada tren pakaian yang baru, mereka ikutin lagi</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• gaya berpakaian mereka ga ngikutin apa yang lagi tren.</li> <li>• Kaya pas lagi tren celana harem itu mereka tetep pake jeans. Mereka ga pake tuh celana harem.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Yang tidak sesuai tren</li> </ul>
<p>Kalo pake sandal jepit brarti boleh masuk? Peraturan tertulis atau tidak?</p>	<p><b>T</b> : Kalau kampus UAI sendiri ada peraturan ga sih buat pakaian gitu kan yayasan Islam ya?</p> <p><b>J</b> : Ga ada sih sebenarnya. Palingan sih harus <b>pake baju berkerah dan sepatu</b>, kalau ga ya ga boleh masuk sama satpam di lobby. Itu aja sih, kalau buat <b>kerudungan ga ada kewajiban buat make</b>. Kalau make ya pake, kalau ga ya terserah.</p> <p><b>T</b> : Itu peraturan tertulis atau tidak?</p> <p><b>J</b> : Iya, <b>peraturan tertulis. Ada di papan peraturan kok. Ada gambarnya baju, celana, rokok di silang gitu.</b> Kaya aturan lalu lintas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Harus mengenakan baju berkerah dan sepatu</li> <li>• Tidak wajib mengenakan kerudung</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• peraturan tertulis</li> <li>• Ada di papan peraturan</li> <li>• Ada gambarnya baju, celana, rokok di silang gitu</li> <li>• baju yang boleh kaya polo shirt gitu</li> <li>• Celana yang boleh denim panjang ga ketat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aturan berpakaian di UAI bagi semua mahasiswa</li> <li>• Aturan berpakaian bagi perempuan</li>   <li>• Peraturan tertulis</li>   <li>• Pakaian yang boleh</li> </ul>

	<p><b>T</b> : Gambarnya kaya gimana?</p> <p><b>J</b> : Gambar baju yang boleh kaya polo shirt gitu. Yang ga boleh kaya oblong. Terus yang boleh sepatu tertutup, ga boleh sandal jepit atau sepatu yang terbuka. Celana yang boleh denim panjang ga ketat. Ga boleh celana kaya legging ketat gitu. Pokoknya kalo celana asal ga ketat aja terus panjang.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pokoknya kalo celana asal ga ketat aja terus panjang.</li> <li>• Yang ga boleh kaya oblong</li> <li>• Ga boleh celana kaya legging ketat gitu.</li> <li>• yang boleh sepatu tertutup</li> <li>• ga boleh sandal jepit atau sepatuyang terbuka</li> </ul>	<p>dipakai</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pakaian yang dilarang</li> <li>• Sepatu yang boleh dipakai</li> <li>• Sepatu yang dilarang</li> </ul>
<p>Pewawancara kurang menggali pendidikan informal lainnya</p> <p>Kenapa memilih ikut bahasa asing tersebut?</p>	<p><b>T</b> : Selain dulu kuliah, kamu ikut kursus gitu ga sih? Kaya les bahasa atau apa gitu?</p> <p><b>J</b> : Waktu SMA pernah iku bahasa Inggris. Trus pas kuliah ikut Perancis sama Korea.</p> <p><b>T</b> : Kenapa sih kamu milih ikut les bahasa asing tersebut?</p> <p><b>J</b> : Kalau yang Inggris diwajibkan sih sama ibu, soalnya kan kemampuan bahasa Inggris kayanya wajib banget sekarang ini. Buat kuliah, buat ntar kerja juga pasti perlulah. Kaya pas kuliah text booknya kan banyak yang pake bahasa Inggris. Trus kalau ntar kerja rata-rata kan pake tes bahasa Inggris, lagian kalau bahasa Inggrisnya bagus kesempatan buat kerja di</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les Korea, Perancis dan Korea</li> <li>• diwajibkan sih sama ibu</li> <li>• kemampuan bahasa Inggris kayanya wajib banget sekarang ini.</li> <li>• pas kuliah text booknya kan banyak yang pake bahasa Inggris</li> <li>• ntar kerja rata-rata kan pake tes bahasa Inggris</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pendidikan informal</li> <li>• Motivasi belajar bahasa Inggris</li> </ul>

	<p><b>perusahaan asing kan lebih besar.</b> Nah, kalau Perancis, <b>dari dulu tuh aku suka banget denger orang Perancis ngomong.</b> Hhe.. Ga tau kenapa tapi <b>aku suka banget, aksennya bagus banget.</b> Aku juga <b>pengen bisa bahasa Eropa minimal satu deh,</b> makanya milih Perancis. <b>Apalagi kan Perancis juga banyak yang make di Eropa.</b> Kalau Korea sih yang jelas karena suka Korea. Hhe..</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• kalau bahasa Inggrisnya bagus kesempatan buat kerja di perusahaan asing kan lebih besar</li> <li>• dari dulu tuh aku suka banget denger orang Perancis ngomong</li> <li>• aku suka banget, aksennya bagus banget</li> <li>• pengen bisa bahasa Eropa minimal satu</li> <li>• Apalagi kan Perancis juga banyak yang make di Eropa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Motivasi belajar bahasa Perancis</li> </ul>
<p><b>T</b> <b>J</b>  <b>T</b> <b>J</b></p>	<p><b>: Nah kalau yang Korea, kamu sampai level apa lesnya.</b> <b>: Cuma satu level.</b> Terus berhenti. Hhe.. Kayanya aku les bertahannya cuma satu level yak? Hahaha..</p> <p><b>: Itu level apa?</b> <b>: Aku masih basic.</b> Jadi levelnya ada 3. Basic, Intermediate 1 dan 2. <b>Lamanya 3 bulan 1 term. 1 term itu ada 30 pertemuan. Dan tiap pertemuan itu dua jam.</b> Karena aku ngambilnya yang sekali seminggu jadi tiap les langsung 4 jam. Itungannya langsung dua pertemuan.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Satu level kursus</li> <li>• Level basic</li> <li>• Lamanya 3 bulan 1 term</li> <li>• 1 term ada 30 pertemuan</li> <li>• Tiap pertemuan itu dua jam</li> <li>• Aku ngambilnya yang sekali seminggu jadi tiap les langsung 4 jam</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lama kursus</li> <li>• Tingkatan kursus</li> <li>• Lama kursus per level</li> <li>• Frekuensi kursus per level</li> <li>• Intensitas kursus</li> <li>• Frekuensi kursus informan</li> <li>• Intensitas kursus informan</li> </ul>

<p>Pewawancara kurang menggali kenapa informan menggunakan uang sendiri</p>	<p><b>T</b> : <b>Hahaha..iya-iya. Itu kenapa berhenti?</b>  <b>J</b> : Ya gitu deh, <b>gurunya ga asyik terus temen-temennya juga.</b></p> <p><b>T</b> : <b>Ga asyiknya gimana?</b>  <b>J</b> : Jadi kan aku baru pertama kali les Korea. Otomatis masih blank dong. Nah rata-rata di kelasku itu mereka itu ABG-ABG labil yang udah ada basic dan udah tau huruf hangul dan udah pada bisa baca. Nah aku sama dua orang lainnya karena masih baru banget kan masih kaget. <b>Tapi tuh guru salah banget gabungin kita sama mereka yang udah pada bisa.</b> Jadinya guru yang aneh itu malah <b>kecepatan ngajarnya</b> karena ngikutin mereka. Yaudah aku sama dua orang lainnya kan <b>jadi ga bisa ngikutin</b>, jadi aku keluar aja. Padahal aku lesnya pake uang tabungan sendiri.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ABG-ABG labil</li> <li>• karena masih baru banget kan masih kaget.</li> <li>• guru yang aneh</li> <li>• pake uang tabungan sendiri.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alasan berhenti les Korea</li> </ul>
	<p><b>T</b> : <b>Waah ga sayang emang duitnya? Biaya lesnya berapa?</b>  <b>J</b> : Sayang sih sebenarnya, sayang banget malah tapi mau gimana lagi. Percuma juga dipaksain, aku <b>udah nyerah deh.</b> Udah <b>butek banget otaknya.</b> Total semuanya <b>1,3jt</b>, buat daftar, buku sama biaya per levelnya.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Biaya kursus 1,3 juta/level</li> <li>• Menyerah</li> <li>• Otaknya butek</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Biaya kursus</li> <li>• Alasan berhenti les Korea</li> </ul>
	<p><b>T</b> : <b>Itu lesnya dimana? Berapa kali seminggu?</b>  <b>J</b> : Di <b>language corner, daerah radio dalam</b> situ. Lesnya <b>Sabtu</b> doang, dari jam <b>09.00-13.00</b>. Kebayang kan empat jam les kaya gitu gimana, setiap selesai les rasanya ngebul banget Ais.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Language Corner</li> <li>• Jadwal les tiap Sabtu</li> <li>• Jam 09.00-13.00</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nama tempat kursus</li> <li>• Jadwal kursus</li> <li>• Durasi kursus</li> </ul>

	<p>T : <b>Itu dari rumah jauh ga sih Dhe?</b>  J : <b>Lumayan jauh dan macetnya naudzubillah kalo udah Sabtu. Itu juga kenapa akhirnya aku nyerah.</b> Dari 30 pertemuan aku cuma dateng 20.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Derah Radio Dalam</li> <li>• Tempat kursus jauh dari rumah dan jalanan macet</li> <li>• Datang 20x pertemuan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokasi tempat kursus</li> <li>• Alasan berhenti les Korea</li> <li>• Frekuensi kursus</li> </ul>
	<p>T : <b>Kamu kenapa les di situ? Emang yang lain ga ada?</b>  J : Ga ada lagi, karena yang <b>tempatnya yang lumayan</b> ya di situ itu. Awalnya kan coba search di internet, trus nemu yang di situ deh. Modal nekat banget <b>sih</b> sebenarnya, sendirian trus pake uang tabungan sendiri pula.</p> <p>T : <b>Lumayan gimana maksudnya?</b>  J : Dari segi <b>biaya itu lumayan murah dibandingin yang lain</b> soalnya kan aku pake duit sendiri.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Biaya lumayan murah dibanding yang lain</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alasan pemilihan tempat les</li> </ul>
	<p>T : <b>Oh gitu. Kenapa sih kamu mau belajar bahasa Korea?</b>  J : Ehm..<b>pengen bisa aja, hhe..</b></p> <p>T : <b>Gara-gara kamu suka K-pop juga ga sih?</b>  J : Sebenarnya sih iya..hahaha.. <b>Pengen tahu arti lagu-lagu Korea yang suka aku dengerin.</b> Trus <b>pengen bisa nulis hangul juga.</b> Aku kan suka Suju, follow personelnya. Mereka tuh kalau ngetweet suka pake bahasa Korea, aku kan ga ngerti</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingin tahu arti lagu-lagu Korea yang disukainya</li> <li>• Agar mengerti isi tweet personel Suju yang difollow</li> <li>• Ingin bisa berkomunikasi dengan personel Suju menggunakan bahasa Korea seperti fans lain</li> <li>• Karena mayoritas orang Korea tidak</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Motivasi belajar bahasa Korea</li> </ul>

	<p>ya. <b>Pengen banget gitu ngerti apa yang mereka tweet. Terus kan pengen juga bales tweet mereka pake hangul, iri banget gitu sama fans-fans yang bisa bahasa Korea trus bales tweet mereka pake hangul.</b> Aku kan juga pengen, hhe..</p> <p><b>T : Kan ada google translate? Kenapa ga bales pake bahasa Inggris aja? Hhe..</b></p> <p><b>J : Ah google translate kan terjemahannya ngaco apalagi kalau pake hangul atau kanji gitu, makin berantakan aja terjemahannya. Iya biasanya aku bales pake bahasa Inggris tapi kan rata-rata orang Korea ga bisa bahasa Inggris jadi kayanya bakalan percuma hhe.. Mereka juga ga ngerti. Makanya pengen banget bisa bahasa Korea. Lagian juga aku suka belajar bahasa baru biar pun ga pernah beres.</b></p>	<p>bisa bahasa Inggris</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Suka belajar bahasa baru</li> <li>• Google translate suka ngaco</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Suka Super junior</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Boyband korea favorit</li> </ul>
	<p><b>T : Selain itu ada alasan lain ga kenapa kamu belajar bahasa Korea?</b></p> <p><b>J : Sebenarnya sih ya, aku pengen banget nyari beasiswa ke Korea. Itu juga alasan kenapa aku belajar bahasa Korea. Emang sih mungkin nantinya ngambil kelas internasional yang pengantarnya bahasa Inggris, tapi kan di luar kelas semuanya pake bahasa Korea, tulisan di mana-mana pake hangul. Bisa mati kalo ga bisa sama sekali. Hhe..</b></p> <p><b>T : Bukannya ntar juga ada kelas persiapan bahasa gitu ya?</b></p> <p><b>J : Iya sih, tapi kan tetep aja kalau udah ada dasar seenggaknya ntar ga bingung-bingung bangetlah. Trus bisa jadi nilai plus juga kan?</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingin mencari beasiswa ke Korea</li> <li>• Bahasa Korea nantinya diperlukan dalam komunikasi sehari-hari ketika berada di Korea</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kemampuan berbahasa Korea bisa jadi nilai plus dalam mencari beasiswa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Motivasi belajar bahasa Korea</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Motivasi belajar bahasa Korea</li> </ul>

	<p><b>T : Mau ambil jurusan apa emang?</b>  <b>J : Maunya sih yang berhubungan sama komunikasi soalnya kan aku S1 nya komunikasi.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingin mencari beasiswa S2 Komunikasi agar sesuai dengan jurusan di S1.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alasan memilih jurusan S2</li> </ul>
	<p><b>T : Mau di kota apa?</b>  <b>J : Ehm..pengennya sih di Seoul. Jadi kalau mau nonton konser deket, hahaha..Tapi sebenarnya mau dimana aja juga ga masalah sih buat aku, asalkan masih di Korea. Aku pengen banget ke sana soalnya.</b></p> <p><b>T : Hahaha..ada niat lain ya ternyata?</b>  <b>J : Iya dooong, kalau aku S2 di Korea kan bisa nonton konser di sana. Harga tiketnya murah pula, ga gila-gilaan kaya di sini. Bandingin aja di sini SS4 INA rangenya 500rb-2jt. Encore kemaren cuma 88000 won, kalo dirupiahin cuma 790ribuan. Gila ya promotor di sini kalau bawa artis K-pop suka ga kira-kira. Trus kan kalau aku di sana, tiap minggu bisa jalan-jalan juga, menjelajahi Korea selama di sana. Hhe.. Sambil menyelam minum airlah. Hahahaha..</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kalau mau nonton konser deket</li> <li>• asalkan masih di Korea</li> <li>• Ingin sekali bisa ke Korea</li> <li>• kalau aku S2 di Korea kan bisa nonton konser di sana</li> <li>• Tiket konser Suju di Korea lebih murah dibandingkan di Indonesia</li> <li>• kalau aku di sana, tiap minggu bisa jalan-jalan juga, menjelajahi Korea selama di sana</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Motivasi ke Korea</li> <li>• Motivasi ke Korea</li> <li>• Impian ke Korea</li> </ul>
	<p><b>T : Berarti sebenarnya lebih mentingin tempat dong? Bukan karena kualitas pendidikannya?</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Korea menjadi alasan utama</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Motivasi ke Korea</li> </ul>

	<p>J : Ehm..sebenarnya sih iya. <b>Koreanya itu yang jadi alasan utama.</b> Hahaha.. Awalnya kan aku sempet liat persyaratan beasiswa ke sana, <b>IPK dan TOEFL lebih gampang ke sana daripada US atau Eropa.</b> Tadinya kan aku pengennya ke Perancis, tapi kalau Perancis kan harus lulus tes Perancis level 2A kalo ga salah. Perancis kan susah bahasanya, udah ngalamin belajarnya kaya gimana. Akhirnya aku putusin pengen nyari yang ke Korea aja. Sekalian <b>jalan-jalan gratis kalau ke sana banyak yang bisa dikunjungi kan?</b> Hehehe.. Tapi <b>pendidikan di sana juga bagus kok.</b> Kalau dibandingin sama Indonesia juga kayanya masih lebih bagus. <b>Seoul National University kan ranking ke 4 di Asia versi QS 2012, UI sama UGM aja yang katanya paling bagus di Indonesia rankingnya puluhan. Ga ada yang masuk 10 terbaik, dua puluhan juga kayanya ga. Tiga puluhan gitu deh kayanya persisnya aku lupa ranking berapa.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• IPK dan TOEFL lebih gampang ke sana daripada US atau Eropa</li> <li>• Bisa jalan-jalan gratis</li> <li>• Banyak tempat yang dapat dikunjungi</li> <li>• Seoul National University kan ranking ke 4 di Asia versi QS 2012, UI sama UGM aja yang katanya paling bagus di Indonesia rankingnya puluhan. Ga ada yang masuk 10 terbaik, dua puluhan juga kayanya ga. Tiga puluhan gitu deh kayanya persisnya aku lupa ranking berapa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persyaratan beasiswa lebih mudah dibandingkan US dan Eropa</li> <li>• Motivasi ke Korea</li> <li>• Ranking universitas di dunia.</li> </ul>
--	---	--	--

	<p><b>T</b> : <b>Punya temen orang Korea ga sih?</b>  <b>J</b> : Ga ada, tapi <b>aku punya sahabat yang lagi kuliah di sana.</b> Namanya Sashki. Dia anak sastra Korea UI tuh dulunya, sekarang dia S2 di Korea. Gara-gara Sashki juga nih makanya pengen kuliah di Korea, <b>suka ngompor-ngomporin dia.</b> Ih sumpah yaa aku iri banget tiap liat foto-fotonya dia di Facebook. Bikin ngiler deh. Hhehe.. Pengen banget ke sana, kapan gitu aku bisa ke tempat-tempat itu, foto-foto kaya gitu?</p> <p><b>T</b> : <b>Ngompor-ngomporinnya kaya gimana?</b>  <b>J</b> : <b>Iya dia bilangny nyari beasiswanya ke sini aja. Kan ntar bisa jalan-jalan ke Jeju, bisa ke Kona Beans, bisa nonton Super Show langsung di Korea.</b> Pokoknya kaya gitu deh, kan aku makin pengen ke sana. Hahaha..</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memiliki sahabat yang kuliah di Korea</li> <li>• Sering 'mengompori' kuliah di Korea enak karena bisa jalan-jalan ke Jeju, Kona Beans, dan nonton Super Show langsung di Korea</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Motivasi ke Korea (peer group)</li> </ul>
	<p><b>T</b> : <b>Sashki itu temen apa?</b>  <b>J</b> : Dia itu sahabatku,temen kompleknya Marita sahabatku waktu kuliah. Dikenalin ama Marita jadinya eh malah sahabatan juga. Dia <b>juga suka K-drama sama K-pop, jadi obrolannya nyambung sama aku.</b> Sekarang dia lagi kuliah S2 di Seoul National University, ngambil S2 Korean Literature. Dapet beasiswa tuh dia ke sana. Nah Shahski sampe 2013 masih bakalan di sana. Makanya aku juga pengen banget ke sana tahun depan sebelum Sashki balik ke Indo.</p> <p><b>T</b> : <b>Kamu mau ke Korea mau liburan ya?</b>  <b>J</b> : Hhehe..iya, makanya nih <b>setahun ini aku nabung habis-habisan. Ga beli apa-apa dulu.</b> Hahaha.. Aku udah niat</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sahabatnya, Sashki, suka K-dama dan K-pop</li> <li>• K-drama sama K-pop, jadi obrolannya nyambung sama aku.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teman peer group</li> <li>• Alasan berteman</li> </ul>

	<p>banget pokoknya tahun depan aku harus ke sana. Mumpung Sashki masih di sana juga kan? <b>bisa ngingep di tempat dia</b>, trus ntar <b>dia bisa jadi tour guide</b> juga. Kalau ntar <b>aku ga bisa ngomong kan ada dia, kan dia jago bahasa Koreanya</b>. Hahaha..</p> <p><b>T : Beneran ga beli apa-apa gitu?</b>  <b>J : Niatnya sih gitu hhe..kalau ada sale apa-apa di mall aku jauh-jauh</b> deh, mikirnya ntar di Korea aja belanjanya. Menderita sih sebenarnya liat teman beli apa gitu, aku ga. Trus pas ada sale suka pengen beli tapi ya mikir lagi. <b>Terus yakinin diri, "Jangan beli jangan beli. Inget tahun depan mau ke Korea"</b>.Hahaha..Kalau lagi niat mah aku niat banget lho orangnya. Pokoknya tahun 2013 harus terwujud ke Korea.</p> <p><b>T : Kalau ada konser K-pop yang pengen ditonton juga ga mau beli?</b>  <b>J : Itu pengecualian</b> yaaa..hahaha.. Kemaren aku <b>beli tiket Suju</b>. Trus aku <b>budgetin juga buat SM Town</b>, kalau-kalau akhir tahun mereka ke sini. Udah itu aja sih. Yang lain-lainnya ga. Aku <b>nonton konser cuma yang bener-bener aku suka aja, kalau ga sayang duitnya</b>. Mending buat ke Korea deh. Hhe..</p> <p><b>T : Oh kemaren nonton Suju? Beli tiket yang mana?</b>  <b>J : Nonton dooong</b>. Yaolo itu akhirnya mereka ke sini masa aku ga nonton, hahaha.. It's like a dream come true. Aku belinya yang fest 1,7jt. Tadinya mau yang super VIP yang 2jt. Udah</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menabung selama setahun</li> <li>• Tidak membeli apa-apa</li>   <li>• Bisa menginep di tempat sahabatnya</li> <li>• Sahabatnya bisa menjadi penerjemah dan tour guide</li>   <li>• Jauh-jauh kalau ada sale di mall</li> <li>• Untuk menghindari godaan sale, terus mengingatkan diri untuk mewujudkan liburan ke Korea</li>   <li>• Hanya menonton konser K-pop yang diidolaknya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Upaya untuk mewujudkan liburan ke Korea</li>   <li>• Motivasi ke Korea (peer group)</li>   <li>• Upaya untuk mewujudkan liburan ke Korea</li>   <li>• Pola menonton konser K-pop</li> </ul>
--	---	---	--

	<p>niat tuh sebenarnya mau yang super VIP. Eh pas di sana kehabisan. Ya youknowlah kacauanya gimana penjualannya kemaren. Itu aja udah bagus banget masih dapet yang fest.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa sayang mengeluarkan duit untuk membeli tiket konser K-pop yang bukan idolanya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alasan hanya menonton konser K-pop tertentu</li> </ul>
<p><b>T</b> : Hahaha..Iya tau, ngerasain juga kok itu kemaren di Twin Plaza kaya apaan. Itu beli tiketnya pake uang sendiri apa gimana?</p> <p><b>J</b> : Akhirnya pake uang sendiri, pake tabungan. Sejak ada gosip mereka mau kesini, 3 bulan yang lalu aku kan udah nabung buat tiketnya. Padahal tuh tadinya kalau jadi yang super VIP ibu udah mau nambahin 300rb lagi, tapi kan habis jadi ya ga jadi.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membeli tiket dengan uang tabungan sendiri</li> <li>• Sudah menabung uang tiket sejak 3 bulan yang lalu</li> <li>• Ibu mau memberi tambahan 300 ribu untuk membeli tiket</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Upaya untuk menonton konser</li> <li>• Dukungan materil ibu terhadap kegemaran K-pop</li> </ul>	
<p><b>T</b> : Ibu juga suka K-pop ga sih?</p> <p><b>J</b> : Ibu sukanya K-drama sih. Suka nonton K-drama yang di Indosiar. Dulu jaman-jamannya Jang Geum yang "Jewel in the Palace", ibu ikutin terus tuh. Yang cerita-cerita jaman dulu atau ga keluarga-keluarga gitu beliau sukanya. <b>Kadang kita suka nonton bareng sih yang tayang jam 1/2 5 di Indosiar.</b> Kadang kalau ibu lagi nonton aku suka ikut nonton, tapi aku sebenarnya lebih sering nonton sendiri sih di kamar.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ibu suka menonton K-drama</li> <li>• Kadang informan suka nonton bareng dengan ibunya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anggota keluarga yang menyukai K-drama</li> <li>• Aktivitas menonton K-drama dengan ibu</li> </ul>	

	<p><b>T</b> : <b>Kenapa lebih suka nonton sendiri?</b>  <b>J</b> : <b>Lebih bebas</b> aja sih, maksudnya kalau <b>mau ketawa ngakak juga nggak apa-apa</b>. Kadang kalau lagi ada adegan tokohnya lagi pacaran atau apa, kadang suka ga enak sama ibu. Kadang kan <b>adegan kaya gitu suka bikin senyum-senyum sendiri suka malu aja kalau ada ibu</b>. Atau kalau lagi sedih banget adegannya aku suka terharu sendiri terus nangis. Aku kan malu kalau nangis gara-gara K-drama. Hehe..</p> <p><b>T</b> : <b>Emang kenapa? bakalan diledekin gitu sama ibu?</b>  <b>J</b> : Ga tau, aku belum pernah nangis pas nonton bareng. Hhehe.. Tapi ya itu aku lebih suka nonton sendiri. Mau ketawa ngakak, mau senyum-senyum sendiri atau mau nangis bebas, ga ada yang ngeliatin.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lebih bebas</li> <li>• Mau ketawa ngakak nggak apa-apa</li> <li>• Tidak perlu malu kepada ibu kalau menangis karena sedih atau senyum-senyum sendiri karena adegan dalam K-drama</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alasan lebih suka menonton sendiri</li> </ul>
	<p><b>T</b> : <b>Kalau ibu sendiri suka K-dramanya sejak kapan?</b>  <b>J</b> : Ehm..<b>dari dulu sih kayanya suka</b>, jaman-jamannya Winter Sonata, Endless Love ibu udah nonton kayanya. <b>Itu pas dulu awal-awal K-drama tayang</b>. Terus yang Jang Geum juga. Sekarang jadi lebih sering sih, apalagi sekarang sinetron makin ga jelas ceritanya. Jadi palingan nonton K-drama sama berita, sama itu tuh..drama kisah nyata yang di DAAI TV.</p> <p><b>T</b> : <b>Emang sinetron ga jelasnya gimana sekarang?</b>  <b>J</b> : Ya tau sendirilah <b>konfliknya suka lebay, mengada-ada banget</b> mana <b>episodenya banyak banget ampe bosan</b>. Makanya sekarang ibu lebih sering nonton K-drama sama</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ibu informan menonton K-drama sejak awal K-drama tayang di TV</li> <li>• Konflik berlebihan dan mengada-ada</li> <li>• Episode yang terlalu banyak</li> <li>• Membosankan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Awal mula ibu informan menonton K-drama</li> <li>• Alasan ibu tidak suka menonton sinetron</li> </ul>

	<p>yang DAAI TV. Lebih masuk di akal ceritanya soalnya kan kaya yang di DAAI itu ceritanya dari kisah nyata gitu.</p> <p><b>T : Mengada-adanya gimana?</b>  <b>J : Gimana ya aku juga susah jelasinnya, jarang nonton juga sih. Pokoknya kalau dibandingin sama K-drama, K-drama itu kan konfliknya lebih masuk di akal soalnya persoalan mereka tuh sama aja kaya yang dihadapin orang-orang sehari-hari. Jadi ceritanya sebenarnya deket sama keseharian kita. Kalau sinetron ya kebalikannya deh.</b>  Hhe.. Tapi ya itu mereka bisa bikin jalan cerita yang menarik buat ditonton.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pokoknya kalau dibandingin sama K-drama, K-drama itu kan konfliknya lebih masuk di akal soalnya persoalan mereka tuh sama aja kaya yang dihadapin orang-orang sehari-hari. Jadi ceritanya sebenarnya deket sama keseharian kita. Kalau sinetron ya kebalikannya deh.</li> </ul>	
	<p><b>T : Kamu kan ada TV kabel memangnya ibu ga suka nonton film atau TV series apa gitu?</b>  <b>J : Ga sih, ibu lebih suka ceritanya K-drama katanya lebih manusiawi dan masuk di akal. Konfliknya juga ga mengada-ada, terus dandanan pemainnya juga masuk di akal..ya wajar gitulah..ga berlebihan. Ibu juga suka K-drama soalnya tempat syutingnya bagus-bagus.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cerita lebih manusiawi dan masuk di akal</li> <li>• Konflik tidak mengada-ada</li> <li>• Dandanan pemain wajar</li> <li>• Tempat syuting bagus</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alasan ibu menyukai K-drama</li> </ul>
	<p><b>T : Selain ibu, di keluarga kamu sendiri ada yang suka Korea ga sih?</b>  <b>J : Paling kakak cewek yang di atas aku. Teteh sukanya K-drama.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kakak informan yang usianya di atas informan juga penggemar K-drama</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anggota keluarga penggemar K-pop</li> </ul>
Pewawancara kurang	<p><b>T : Suka ngobrolin K-drama juga dong?</b>  <b>J : Lumayan sih tapi palingan ngobrolnya gitu-gitu aja sih.</b></p>		

<p>menggali mengapa obrolan informan dengan kakaknya tidak sedetail dengan peer group padahal kakaknya juga penggemar K-drama</p>	<p><b>T</b> : <b>Maksudnya gitu-gitu aja gimana? Sama kaya kalau ngobrol sama sahabat kamu ga?</b>  <b>J</b> : <b>Beda, kalau sama kakak palingan ngobrolnya kaya ngasi tau ada K-drama baru apa aja, ceritanya kaya gimana, pemainnya siapa.</b> Udah gitu aja sih ga yang sampe ngobrolin <b>adegan per adegan</b> atau <b>gimana gantengnya Siwon pas di Skip Beat.</b> Hahaha.. Kalau sama sahabat-sahabatku itu, semua isi drama itu bisa diomongin, <b>mulai dari aktor, adegan per adegan, baju, boots, model rambut, sampai gimana kerennya gadget yang mereka pake,</b> kita kan jadi tergilagila sama pink note gara-gara liat di Rooftop prince. Hahahah.. Pokoknya kalau sama mereka mah semuanya bisa dibahas deh.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ngasi tau ada K-drama baru</li> <li>• Ceritanya kaya gimana</li> <li>• Pemainnya siapa</li>   <li>• Adegan per adegan</li> <li>• Ketampanan pemain</li> <li>• Baju, boots, model rambut, sampai gimana kerennya gadget yang dipakai</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Topik obrolan K-drama dengan kakak</li>   <li>• Topik obrolan K-drama dengan peer group</li> </ul>
	<p><b>T</b> : <b>Kalau sama kakak suka nonton bareng juga ga?</b>  <b>J</b> : <b>Paling weekend kalau lagi sama-sama di rumah suka nonton DVD bareng.</b> Dia kan kerja, nyampe rumah udah malem, capek. Dia mendingan tidur daripada nonton K-drama.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menonton DVD K-drama bersama-sama jika tidak ada acara di luar rumah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aktivitas menonton K-drama dengan kakak</li> </ul>
	<p><b>T</b> : <b>Kalau beli DVD gitu sukanya pake duit sendiri atau gimana?</b>  <b>J</b> : <b>Pake duit sendiri.</b> Tapi kalau nitip teteh sih, kadang dia ga mau kalo duitnya digantiin. <b>Kadang juga dia suka beliin aku DVD kalau kebetulan dia nemu DVD baru, padahal aku belum nitip.</b>  <b>T</b> : <b>Kok ga mau digantiin?</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kakak suka membelikan informan DVD K-drama baru tanpa diminta</li> <li>• Kadang kakak tidak mau uangnya membeli DVD diganti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dukungan materil kakak terhadap kegemaran K-pop</li> </ul>

	<p><b>J</b> : Ya <b> mungkin karena dia udah kerja jadi banyak duit.</b> Hhe.. Mungkin dia mikirnya toh DVDnya juga buat bareng-bareng ini, kan nantinya juga dia ikut nonton.</p>		
<p>Pewawancara mengajukan pertanyaan yang melompat tiba-tiba langsung menanyakan profesi</p>	<p><b>T</b> : <b>Kalau profesinya sekarang apa?</b> <b>J</b> : Sekarang ini lagi ga kerja baru aja resign. Dulunya sih karyawan swasta.</p> <p><b>T</b> : <b>Oh gitu, trus sekarang kegiatan sehari-harinya ngapaian aja?</b> <b>J</b> : Hmm..kalau dulu mah kerja dari jam 8 sampai jam 4 sore. Hari Sabtu terkadang suka masuk kerja kalau lagi ada hal acara penting. Kalau sekarang <b>tiap hari di rumah</b>, ga ngapa-ngapain juga sih sebenarnya. Paling <b>nonton TV, nyari-nyari lowongan, sambil apply-apply</b> juga. Palingan gitu-gitu aja sih sambil <b>bantu-bantu kerjaan</b> di rumah. Baru <b>Minggu biasanya aku hang out barengsahabat-sahabatku</b>, soalnya kan pada kerja juga mereka. Tapi <b>kadang juga di rumah</b> aja sih pas weekend, <b>istirahat</b>. Hehe..</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiap hari di rumah</li> <li>• Nonton TV</li> <li>• Nyari-nyari lowongan</li> <li>• Apply lowongan</li> <li>• Membantu pekerjaan di rumah</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Minggu biasanya hangout dengan teman-teman</li> <li>• Kadang di rumah aja, istirahat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kegiatan sehari-hari setelah resign</li>   <li>• Kegiatan di akhir pekan</li> </ul>
	<p><b>T</b> : <b>Kalau nonton TV yang ditonton apa aja?</b> <b>J</b> : Paling <b>K-drama</b> yang lagi tayang di TV aja sih yang ditonton. Aku sekarang nontonnya yang di Indosiar dan ANTV. Itu aja sih aku <b>ga suka nonton sinetron sama acara-acara lain.</b></p> <p><b>T</b> : <b>Kenapa emang?</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• K-drama</li> <li>• Tidak menonton sinetron dan acara lain</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jenis tayangan TV yang ditonton</li> </ul>

	<p>J : Ya sinetron kaya gitu <b>ceritanya tuh suka mengada-ada, mana episodanya panjang-panjang sampe lupa awalnya gimana. Terus penampilan pemainnya juga berlebihan, yakali mau tidur juga masih full make up.</b> Pokoknya ga masuk di akal deh, makanya males nonton. Mendingan nonton K-drama deh <b>episodenya pendek, ceritanya menarik, ga bikin bosan. Hehe..</b></p> <p>T : <b>Menariknya gimana kalau K-drama terus kenapa ga bikin bosan?</b></p> <p>J : Sebenarnya sih ya kalau K-Drama temanya ya itu-itu lagi. Awalnya pemain utamanya saling benci, terus jadi saling suka, trus ada cinta segi empat. Intinya sih kaya gitu, hampir selalu kaya gitu. Tapi yang bikin menarik adalah tiap K-drama pasti konfliknya beda, jadi biarpun polanya hampir sama kaya gitu tapi tetep aja menarik buat ditonton. Soalnya <b>tiap drama tuh bisa mengemas tema-tema yang sebenarnya itu lagi itu lagi jadi menarik dan beda.</b> Udah gitu tau sendiri kan <b>pemain-pemainnya ganteng-ganteng dan cantik-cantik, make up nya juga natural.</b> Jadi ya kalau pas di rumah ya <b>dandannya kaya orang lagi di rumah ga pake make up, bajunya juga biasa aja. Lha kalo di sinetron di rumah aja kaya orang mau kondangan make up nya.</b> Lebay banget.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cerita suka mengada-ada</li> <li>• Episodenya kepanjangan</li> <li>• Penampilan pemainnya berlebihan</li>   <li>• Episodenya pendek</li> <li>• Ceritanya menarik</li> <li>• Ga bikin bosan</li>   <li>• K-drama bisa mengemas tema yang sebenarnya itu lagi itu lagi jadi menarik dan beda.</li> <li>• Aktor pendukung tampan dan cantik</li> <li>• Make up natural dan sesuai dengan adegan beda dengan sinetron yang berlebihan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alasan tidak suka menonton sinetron</li>   <li>• Alasan suka menonton K-drama</li>   <li>• Alasan suka menonton K-drama</li> </ul>
	<p>T : <b>Kalau di rumah nonton K-drama terus dong? Nontonnya</b></p>		

	J	<p><b>jam-jam berapa aja?</b> : Hehe...iya bisa dibilang gitu. Habis resign kan aku di rumah terus, bantu-bantu kerjaan rumah palingan. Di rumah aku tugasnya nyapu tiap pagi, habis itu ga ada kerjaan lagi. Jadi habis nyapu ya palingan mandi, sarapan, terus <b>jam 10 nonton Bread, Love and Dreams yang di ANTV sampe jam 11.</b> Terus ntar <b>jam 12 kan ada lagi di Indosiar, kemaren sih ada Naughty Kiss, nonton itu. Habis Naughty Kiss kan ada Protect the Boss jam setengah 2 sampe jam 3. Lanjut terus tuh sampe jam 3.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jam 10 nonton Bread, Love and Dreams hingga jam 11.</li> <li>• Setengah 12 nonton Naughty Kiss langsung dilanjutkan dengan Protect the Boss hingga jam 3.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intensitas menonton</li> <li>• Intensitas menonton</li> </ul>
Pewawancara kembali menanyakan tentang pekerjaan yang sudah ditanyakan di awal karena ingin menggali informasi lebih banyak tentang keseharian informan setelah resign	T	<p><b>: Eh ya balik lagi ke kerjaan. Sekarang udah apply kemana aja?</b></p>		
	J	<p>: Terakhir sih apply di 1st media buat jadi helpdesk, sama di Garuda Indonesia Passenger Operation Service. Tapi ga lolos dua-duanya. Udah sampai tahap interview sih, belum rejeki kali yah. Hhe..</p>		
	T	<p><b>: Kalau nyari-nyari lowongan kerja gitu di mana sih?</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menggunakan Jobstreet sebagai media mencari lowongan kerja</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Media internet yang digunakan untuk mencari informasi lowongan kerja</li> </ul>
	J	<p>: Aku kan ikut <b>jobstreet</b>, jadi kalau ada lowongan yang sesuai sama CVku di jobstreet ya dikirimin email sama jobstreetnya. Atau ga dari temen, kalau ada lowongan mereka suka kasi tahu, "Eh di sini ada lowongan nih lo mau ga?" Gitu-gitu aja sih. Sekarang sih sejak resign, jadi suka beli <b>Kompas Sabtu juga buat nyari-nyari lowongan, kan di Kompas Sabtu banyak tuh.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kompas Sabtu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Media cetak yang digunakan untuk mencari informasi lowongan kerja</li> </ul>
	T	<p><b>: Eh ya di rumah langganan Koran ga sih? Atau suka baca</b></p>		

	<p><b>J</b> : <b>Koran ga?</b> : Ga langganan, aku juga <b>ga suka baca Koran</b>. Emang dasarnya ga terlalu suka baca sih. Ini juga <b>beli Kompas gara-gara mau lihat lowongan kerja, kalo ga mah ga beli juga</b>. Hhe..</p> <p><b>T</b> : <b>Suka nyari-nyari lowongan via internet juga ga sih?</b> <b>J</b> : Palingan liat di twitter sih. Aku kan <b>follow twitternya lowongan kerja</b>, palingan kalau lagi cek timeline liat tweetnya ada pekerjaan yang aku tertarik aku klink linknya buat liat informasi lebih lanjut. Palingan gitu aja sih. Aku sering browsing dari link-link yang ada di tweet mereka sih. <b>Lebih praktis sih, tertarik tinggal klik langsung ke infonya ga harus ribet nyari di google.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak suka baca</li> <li>• Membeli Kompas hanya untuk melihat lowongan kerja</li> <li>• Memfollow akun lowongan kerja di twitter</li> <li>• Lebih praktis, tertarik dengan lowongannya bisa langsung klik untuk melihat info lebih lanjut</li> <li>• Tidak harus ribet mencari lewat google</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alasan tidak berlangganan Koran</li> <li>• Alasan penggunaan media cetak</li> <li>• Media internet yang digunakan untuk mencari lowongan</li> <li>• Alasan menggunakan twitter</li> </ul>
<p>Pewawancara mengajukan pertanyaan yang melompat, kembali lagi ke pertanyaan</p>	<p><b>T</b> : <b>Eh ya kalo sore kan suka ada K-drama yang setengah 5 suka nonton juga ga?</b> <b>J</b> : Iya itu juga nonton, sampe jam 6.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menonton K-drama jam setengah 5 hingga jam 6</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intensitas menonton</li> </ul>

tentang aktivitas menonton K-drama.			
<p><b>T : Terus kapan nyapu rumahnya?</b>  <b>J : Ya sebelum itu mulai. Kan dari jam tiga sampai setengah 5 ada jeda K-drama tuh, ada acara berita kayanya sama gosip apa gitu. Nah aku nyapu rumahnya pas di situ sekalian sholat Ashar, kadang mandi juga. Tapi aku lebih seringnya mandi jam 6 sih habis nonton K-drama sekalian sholat Maghrib.</b></p> <p><b>T : Kalau apply-apply gitu kapan dong, kalo nonton K-drama terus?</b>  <b>J : Malem. Hhe.. Biasanya malem tuh baru aku ngurus-ngurus lowongan. Habis makan malam, nonton K-drama dulu di One Channel, mulainya jam 8 sampe jam 9. Baru deh masuk kamar, ngurus-ngurus lowongan. Cek twitter buat liat tweet lowongan kerja. Aku kan internet di handphone online terus, jadi kalau ada email dari jobstreet langsung cek sih biasanya. Paling liat dulu, kalau menarik baru ntar malemnya aku cek lagi sekalian urus buat apply.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nonton K-drama di One Channel dari jam 8-9 malam.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intensitas menonton</li> </ul>	
<p><b>T : Kalau lagi weekend di rumah biasanya ngapain aja?</b>  <b>J : Beresin kamar sendiri, terkadang kalau lagi ada DVD drama korea baru ya nonton DVD seharian.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beresin kamar</li> <li>• Nonton DVD K-drama baru</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kegiatan akhir pekan di rumah</li> </ul>	
<b>T : Itu DVD baru maksudnya yang gimana?</b>			

	<p>J : <b>DVD K-drama yang baru, yang belum tayang di TV. Biasanya kan udah ada duluan yang jual DVD nya.</b> Nah aku kan juga suka beli DVD tuh, tapi <b>karena tiap hari ada K-drama di TV yang aku ikutin terus. Yang DVD biasanya aku tonton pas weekend</b> kalau weekend ga ada acara.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DVD K-drama baru yang dimaksud adalah K-drama yang belum tayang di TV lokal tapi sudah ada DVD bajakannya</li> <li>• Tiap hari ada K-drama yang tayang di TV jadi tidak sempat menonton DVD K-drama baru yang dibeli</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alasan membeli DVD K-drama</li> <li>• Alasan menonton DVD K-drama di akhir pekan</li> </ul>
<p>T J</p>	<p><b>: Oh gitu, itu dapet info K-drama baru darimana?</b>  <b>: Dari twitter sering kan aku follow KDramaIndo di twitter,</b> nah mereka suka share <b>info K-drama apa aja yang baru. Yang lagi tayang di Korea, yang DVDnya baru rilis,</b> bahkan yang DVDnya udah ada di lapak abang-abang DVD bajakan. Hehhe.. Kadang dari temen juga sih, <b>sahabatku yang 7 orang itu kan pada suka K-drama juga.</b> Kadang mereka suka infoin juga. Kadang lewat twitter, atau kakaotalk mereka suka kasi link resensinya. "Ada K-drama baru nih, (judulnya) bagus, lo harus nonton." Paling kaya gitu sih.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dari twitter @KdramaIndo</li> <li>• Info K-drama yang lagi tayang di Korea</li> <li>• DVD yang baru rilis</li> <li>• DVD bajakan yang udah ada di tukang DVD bajakan</li> <li>• Sahabat yang juga penggemar K-pop</li> <li>• Berupa link resensi K-drama baru yang menurut mereka bagus</li> <li>• Via twitter atau kakaotalk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sumber info K-drama (media internet)</li> <li>• Bentuk info yang diperoleh dari twitter KdramaIndo</li> <li>• Sumber info K-drama (peer group)</li> <li>• Bentuk info yang diperoleh dari peer group</li> <li>• Media yang digunakan untuk berbagi info</li> </ul>

	<p><b>T : Biasanya kalau pas weekend nontonnya berapa episode?</b>  <b>J : Ehm..berapa ya? Palingan maraton 2 disk sih, 3-7 episode gitu deh.</b></p> <p><b>T : Satu episode berapa jam sih?</b>  <b>J : Kira-kira 45 menitlah</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maraton 2 disk</li> <li>• 3-7 episode</li> <li>• Kira-kira 45 menit/episode</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intensitas menonton</li> </ul>
	<p><b>T : Kalau weekend suka jalan sama keluarga juga ga sih? biasanya kemana?</b>  <b>J : Paling makan bareng ke luar, ke mall, tapi itu sekarang jarang sih. Pada sibuk sama kegiatan sendiri-sendiri, aku sama kakak lebih sering pergi sama teman kalau weekend. Bapak sama ibu juga sering ada kondangan gitu kalau weekend.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Makan bareng di mall</li> <li>• Tapi sekarang jarang</li> <li>• Informan dan kakaknya lebih sering pergi dengan teman-temannya</li> <li>• Orang tuanya juga sering menghadiri acara pernikahan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kegiatan di akhir pekan bersama keluarga</li> <li>• Frekuensi makan bareng ke mall</li> <li>• Alasan frekuensi makan bareng yang semakin jarang</li> </ul>
	<p><b>T : Terakhir kapan?</b>  <b>J : Ehm..kapan ya? 2 bulan lalu kayanya.</b></p> <p><b>T : Kalau pergi keluar biasanya kemana sih?</b>  <b>J : Paling mall ke PIM, makan bareng di restoran.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mall PIM</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tempat menghabiskan akhir pekan bersama keluarga</li> </ul>
	<p><b>T : Itu yang nentuin ke mananya siapa biasanya?</b></p>		

	<p><b>J</b> : Biasanya ditanyain sih mau kemananya sama ayah, tapi ujung-ujungnya juga ke PIM. Hehe.. Soalnya itu <b>lumayan deket, lagian banyak pilihan juga kan di sana, kaya tempat makan juga lumayan banyak.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Biasanya ditanyain sih mau kemananya sama ayah</li> <li>• Lumayan deket,</li> <li>• Lagian banyak pilihan juga kan di sana, kaya tempat makan juga lumayan banyak.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alasan pemilihan tempat</li> </ul>
<p>Pewawancara kurang menggali apakah saat pergi dengan kakaknya informan pernah makan di restoran Korea</p>	<p><b>T</b> : Biasanya makan di resto apa? Suka makan di resto <b>Korea?</b></p> <p><b>J</b> : Ga pada suka, <b>keluargaku ga ada yang suka. Palingan kakak cewek yang di atasku, itu juga sukanya Topokki doang.</b> Paling kita makan di resto Jepang kaya <b>Sushi Tei atau Hanamasa. Keluargaku suka makanan Jepang soalnya,</b> apalagi kalau yang all you can eat. Hahaha.. Tapi kalau lagi pada mau makan yang beda-beda sih makan di food court jadi pada bisa mesen sendiri-sendiri makanannya.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keluargaku ga ada yang suka (makanan Korea). Palingan kakak cewek yang di atasku, itu juga sukanya Topokki doang</li> <li>• Makan di Hanamasa atau Sushi Tei</li> <li>• Keluarganya penggemar makanan Jepang</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alasan keluarga tidak pernah makan di resto Korea</li> <li>• Kegiatan bersama keluarga di akhir pekan</li> <li>• Alasan pemilihan restoran Jepang</li> </ul>
	<p><b>T</b> : Nah kalau weekend kamu sering pergi sama temen kan? Itu temen deket atau temen kuliah?</p> <p><b>J</b> : Mereka itu sahabatku pas kuliah. Ada 7 orang.</p>		

	<p><b>T</b> : <b>Teman-teman kamu itu karakternya gimana sih?</b>  <b>J</b> : Kita <b>banyak kesamaan</b> sih sebenarnya, <b>sama-sama suka nyoba hal-hal baru, jalan-jalan, sama suka Korea.</b>  Hahaha.. Mungkin itu yang bikin kita bisa tetep sahabatan sampe sekarang.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Suka mencoba hal-hal baru</li> <li>• Suka jalan-jalan</li> <li>• Suka Korea</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kesamaan informan dan peer group</li> </ul>
	<p><b>T</b> : <b>Misalnya kaya apa?</b>  <b>J</b> : Ya kaya pas lagi jalan bareng gitu trus ngeliat ada resto Korea baru, kita mah liat-liat aja dulu menunya harga cocok cobain. Gitu. Kan ada tuh orang yang kebanyakan mikirnya, ga ah ntar ga enak ntar rugi, kalau kita mah coba-coba aja. Enak ga enaknya kan jadi tahu setelah dicoba, hhe.. Trus kita juga <b>penggemar K-Drama sama suka K-pop</b>, punya idola masing-masing juga. Jadi kalau ngobrol nyambung. Dan yang terpenting adalah kita <b>sama-sama pengen ke Korea.</b> Itu kayanya <b>impian kita bersama</b> deh. Hhe.. Kita bahkan udah bikin list tempat-tempat yang mau kita kunjungi kalau ke sana, biar ntar kita bisa atur iniatrynya.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sama-sama penggemar K-Drama sama -sama suk musik K-pop</li> <li>• Memiliki impian yang sama yaitu ingin ke Korea</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kesamaan informan dan peer group</li> </ul>
	<p><b>T</b> : <b>Emang mau kemana aja pas di sana?</b>  <b>J</b> : Aku sih pastinya mau ke tempat syuting-syuting K-drama itu, <b>jeju island</b>, yang <b>museum Teddy Bear</b>. Soalnya bagus banget tempatnya, impian banget deh bisa ke sana. Terus paling <b>spot-spot wisata di Seoul kaya Nimsan Tower</b> ya kalo ga salah namanya. Kalau temenku maunya ke <b>K-Story, Kona Beans, Hans &amp; Gretel cafe, Y-Style</b>, itu toko sama resto yang punya memernya Suju, mereka sering banget ke sana. Temenku kan suka banget sama Suju. Nah dia pengen</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jeju Island</li> <li>• Museum Teddy Bear</li> <li>• Nimsan tower</li> <li>• K-Story</li> <li>• Kona Beans</li> <li>• Hans &amp; Gretal Cafe</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tempat syuting K-drama</li> <li>• Tempat wisata di Seoul</li> <li>• Kafe/ toko milik personel Suju</li> </ul>

	banget ke sana, kali aja pas kita lagi ke sana ada Suju. Hehe.. aku juga pengen banget ke situ soalnya aku juga suka Suju.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Y-style</li> </ul>	- Y-style
T J	<b>: Kalau lagi jalan bareng mereka, sukanya kemana aja?</b> : Palingan ke <b>mall</b> sih ya, <b>kemana lagi sih kalau di Jakarta.</b> Hhe..	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mall</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tempat hangout bersama peer group</li> </ul>
T J	<b>: Mall mana?</b> : Seringnya ke <b>Ganci</b> , atau ga ke <b>PIM</b> dan <b>Sency</b> palingan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• kemana lagi sih kalau di Jakarta</li> <li>• Ganci, PIM atau Sency</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alasan memilih mall sebagai tempat hangout</li> <li>• Mall yang sering menjadi tempat hangout</li> </ul>
T J	<b>: Kenapa milihnya ke mall-mall itu?</b> : Karena kebetulan <b>mall-mall itu letaknya lumayan di tengah</b> jadi kalau ketemuan sama mereka ya di situ.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mall-mall itu letaknya lumayan di tengah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alasan pemilihan tempat hangout</li> </ul>
T J	<b>: Emang rumahnya pada di mana?</b> : Ada yang di Mampang, Ciputat dan Kuningan.		
T J	<b>: Kalau hangout bareng temen nih, biasanya ngapain aja?</b> : Kalau ga <b>nonton, makan atau ngobrol</b> sambil makan froyo (gayanya) hahaha..	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nonton</li> <li>• Makan</li> <li>• Ngobrol</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kegiatan saat hangout * Yang berhubungan dengan K-pop - Makan - Ngobrol</li> </ul>

			* Yang tidak berhubungan dengan K-pop - Menonton
T J	<b>: Biasanya kalau nonton film apa?</b> : Palingan yang lagi tayang di bioskop aja sih, palingan <b>comedy-romance</b> gitu-gitu deh. Kita <b>ga suka horor dan action. Bikin pusing dan pada penakut juga</b> jadi ga pada suka horor. Hhe..	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Film comedy-romance</li> <li>• Ga suka horor dan action</li> <li>• Bikin pusing dan pada penakut juga</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Genre film yang ditonton bersama peer group</li> <li>• Alasan memilih genre comedy-romance</li> </ul>
T J	<b>: Kalau makan biasanya makan di mana sih? suka makan di resto Korea?</b> : Iya di situ ada resto Korea namanya <b>Mr. Dup Bap sama Happy Friends</b> . Biasanya makan di situ.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mr. Dup Bap sama Cozy Happy Friends</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Resto Korea favorit informan dan peer group</li> </ul>
T J T J T J	<b>: Biasanya makan apa aja?</b> : <b>Sundubu, bibimbap sama topokki.</b> <b>: Sundubu itu apaan sih?</b> : Kaya soupnya Korea gitu tapi rasanya pedes. <b>: Kamu kenapa suka banget sundubu, bibimbap dan topokki?</b> : Hmm.. <b>Enak sih terus kalau sundubu kan rasanya pedes, aku kan emang suka makanan pedes. Kalau yang lain rasanya unik sih, rada beda aja sama masakan Indonesia,</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sundubu</li> <li>• Bibimbap</li> <li>• Topokki</li> <li>• Enak sih, terus pedes kan aku emang suka makanan pedes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Makanan Korea favorit informan</li> <li>• Alasan suka makanan Korea</li> </ul>

	. Hhe.. <b>T : Kalau minum biasanya minum apa?</b> J : Minuman biasanya aku cuma minum <b>greentea</b> yang 15rb, karena murah. Hhe..	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rasanya unik sih, rada beda aja sama masakan Indonesia</li> <li>• Greentea</li> <li>• Karena murah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Minuman favorit informan</li> <li>• Alasan memilih minuman</li> </ul>
	<b>T : Emang range harga makanannya berapa?</b> J : Kalo di <b>Mr. Dup Bap</b> itu aku makan Sundubu 95rb belum termasuk pajak 10%, kalau yang di <b>Happy Friends</b> lebih murah bibimbap 50rb, ramen 35rb, sama topokki 30rb belum termasuk pajak 10%.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Di Mr. Dup Bap Sundubu 95rb belum termasuk pajak 10%</li> <li>• Di Happy Friends lebih murah bibimbap 50rb, ramen 35rb, dan topokki 30rb belum termasuk pajak 10%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Range harga makanan di resto Mr. Dup Bap</li> <li>• Range harga makanan di resto Happy Friends</li> </ul>
	<b>T : Selain yang dua itu ada lagi ga resto lain di Ganci?</b> J : Ada. <b>Gojumong</b> apa kalau ga salah namanya. Kayanya <b>ada 4 atau 5 gitu</b> , tapi ga hapal nama-namanya.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gojumong</li> <li>• Ada 4/5 resto lain tapi ga hapal namanya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identifikasi restoran Korea yang ada di Ganci</li> </ul>
	<b>T : Kalau di situ pernah nyobain ga?</b> J : Ga Ais, mahal bener. <b>Range harganya mulai 150rb-800rb.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Range harganya mahal mulai 150rb-800rb.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alasan tidak pernah makan di restoran Korea lain</li> </ul>
	<b>T : Kalau ke mall bareng sahabat kamu itu tujuannya</b>		

	<p><b>J</b> : <b>sebenarnya apa sih?</b> : Sebenarnya sih pengen ngumpul bareng, kan sejak lulus pada sibuk kerja udah misah-misah. Jadi ya <b>biar tetep ngejaga hubungan</b> juga. Kan kita udah jarang ngumpul. Selain itu ya buat <b>ngelepasin stress</b> juga sih, kan seharian kerja rutinitasnya itu-itu lagi tiap hari. Kena macet mulu, ngadepin orang kantor mulu. Ya buat ngilangin stress juga sih, sekalian cerita-cerita. <b>Makanya kalau nonton kita ga suka nonton film-film yang berat, kaya action, horor, yang ada keluar-keluar malah stress sendiri.</b> Hhehe.. Kan kita hangout bareng buat nyari hiburan bukannya nambah stress.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Biar tetep ngejaga hubungan</li> <li>• Ngelepasin stress</li>   <li>• Makanya kalau nonton kita ga suka nonton film-film yang berat, kaya action, horor, yang ada keluar-keluar malah stress sendiri.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tujuan hangout bareng teman</li>   <li>• Alasan memilih film comedy romance</li> </ul>
	<p><b>T</b> : <b>Kalau lagi ngobrol biasanya ngobrolin apa aja sih?</b> <b>J</b> : Ngebahas <b>kerjaan</b> kadang-kadang, tapi lebih sering sih ngebahas <b>drama</b> atau <b>musik-musik</b>.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kerjaan</li> <li>• Drama</li> <li>• Musik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Topik obrolan saat hangout bersama peer group</li> <li>* Yang berhubungan dengan K-pop <ul style="list-style-type: none"> <li>- Drama</li> <li>- Musik</li> </ul> </li>   <li>* Yang tidak berhubungan dengan K-pop <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pekerjaan</li> </ul> </li> </ul>
	<p><b>T</b> : <b>Kalau bahas drama atau musik yang dibahas K-pop ya?</b> <b>J</b> : Iya banget. Yang dibahas <b>musik-musik terbaru, video klip</b></p>		

	<p><b>terbaru atau juga style terbaru mereka.</b> Kebetulan kita juga panggilan K-drama, jadi selalu up to date tentang <b>drama-drama terbaru</b> yang mau kita tonton</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Musik-musik terbaru</li> <li>• Video klip terbaru</li> <li>• Style terbaru</li> <li>• Drama-drama terbaru</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Topik obrolan K-pop dengan peer group</li> </ul>
<p><b>T</b> : Bisa dijelaskan ga obrolannya kaya gimana? Yang dibahas apa?  <b>J</b> : Kaya kalau baru rilis video klip terbaru kita suka bahas videonya. Misalnya kaya pas EXO rilis video MAMA, kita ngobrolin <b>gaya berpakaian mereka di video itu, model rambutnya mereka, konsep videonya. Cocok ga sama lagunya kaya gitu sih.</b> Terus kalau style, misalnya minggu ini EXO perform di Inkigayo. Kita suka ngomongin juga <b>performancenya mereka kaya gimana bagus atau ga, gaya berpakaian dan rambutnya kaya gimana. Kadang kan gaya pakaian dan model rambutnya suka aneh-aneh, jadi kadang tuh malah buat penampilan mereka jadi aneh bukannya keren.</b> Kita bahas kaya gitu deh. Kita jadi kaya fashion police deh kalau udah ngomongin stylenya mereka.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gaya berpakaian seperti apa</li> <li>• Model rambut seperti apa</li> <li>• Konsep video cocok dengan lagu atau tidak</li> <li>• Performancenya bagus atau tidak</li> <li>• gaya berpakaian dan rambutnya kaya gimana</li> <li>• Kadang kan gaya pakaian dan model rambutnya suka aneh-aneh, jadi kadang tuh malah buat penampilan mereka jadi aneh bukannya keren.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hal-hal yang diobrolkan dari video klip terbaru</li> <li>• Hal-hal yang diperbincangkan seputar live performance</li> </ul>	
<p><b>T</b> : Contohnya gimana?  <b>J</b> : Ehm..Misalnya kaya pas perform di mana ya aku lupa, memernya EXO kan ada yang namanya <b>Chanyeol nah dia rambutnya kan ga pernah di spike gitu pas waktu itu dispiki eh jadi ganteng banget.</b> Hahaha.. Jadi ya kita ngobrolin betapa gantengnya dia dengan model rambut kaya gitu, trus pas <b>Baekhyun, member EXO juga, tiba-tiba rambutnya dikeriting</b> gitu. Sumpah itu jadi aneh banget,</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gaya rambut Chanyeol yang dispiki yang membuatnya terlihat ganteng</li> <li>• Rambutnya Baekhyun yang dikeriting dan membuatnya terlihat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perbincangan seputar style terbaru idola</li> <li>*Penilaian positif tentang model rambut terbaru</li> <li>*Penilaian negatif tentang model rambut terbaru</li> </ul>	

	<p><b>kita jadi ngehina dinakan penampilannya dia waktu itu.</b>  Hhehe.. Palingan kaya gitu sih. Mungkin orang mikir yang kita obrolin tuh ga penting banget tapi seru banget lho itu. Hahahah..</p>	<p>aneh</p>	
<p><b>T</b> <b>J</b></p>	<p><b>: Kalau yang K-drama yang dibrolin apa aja?</b>  : Kalau itu biasanya saling ngasi <b>rekomendasi</b> sih, "eh gw lagi nonton K-drama A, lo nonton deh bagus ceritanya". Kaya gitu. Atau ga diceritain <b>sinopsisnya</b> kaya apa, ada <b>berapa episode</b>, trus ada <b>berapa disk kalo misalnya itu DVD, pemainnya siapa</b>. Kadang suka dikasi tau juga sih <b>bagian favoritnya dia</b> pas dimana atau ga pas yang paling sedih pas adegan apa. Saling sharing aja sih. Atau kalau misalnya kalau kita lagi nonton K-drama yang sama, kita juga suka ngobrolin adegan-adegannya. Kaya misalnya pas Skip Beat tayang di TV, kan kita suka banget sama Siwon (pemain Skip Beat). Siwon itu kan personelnya Suju juga, kebetulan kita semua juga suka Suju. Jadi kita suka ngobrolin adegan-adegannya Siwon, kaya pas di satu <b>adegan Siwon lagi ganteng banget</b>, terus pas di episode berapa gitu model <b>rambutnya Siwon dibelah samping jadinya gayanya cupu banget. Bikin ilfeel</b>. Pokoknya kaya gitu deh.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rekomendasi K-drama yang bagus</li> <li>• Sinopsis</li> <li>• Jumlah episode</li> <li>• Pemainnya siapa</li> <li>• Jumlah disk jika berupa DVD</li> <li>• Bagian favorit di K-drama</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Adegan pas Siwon lagi ganteng banget</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Adegan pas rambutnya Siwon dibelah samping jadinya gayanya cupu banget</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Topik obrolan seputar K-drama</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Topik obrolan seputar artis favorit di K-drama</li> <li>* Scene &amp; penampilan favorit</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Scene &amp; penampilan yang tidak disukai</li> </ul>
<p><b>T</b> <b>J</b></p>	<p><b>: Kalau ketemuan gitu yang inisiatif buat ngejadwalin siapa sih?</b>  : Biasanya sih mereka yang ngajakin duluan. Marista yang</p>		

	<p>paling sering jadi organizernya. Hhehe.. Dari jaman kuliah dia emang paling sering sih ngajak jalan duluan.</p> <p><b>T : Via apa tuh biasanya?</b>  <b>J : Kita kan pada pake android dan BB ya? Jadi biasanya lewat kakaotalk. Kita kan ada grup di kakaotalk gitu, isinya ya kita-kita aja. Buat ngobrol sehari-hari, soalnya kan udah jarang ketemu juga sejak lulus.</b></p> <p><b>T : Kakaotalk itu kaya whatsapp ya?</b>  <b>J : Iya tapi lebih seru, emoticonnya lebih seru, lebih ekspresif. Lebay banget sih sebenarnya tapi lucu-lucu. Dia emoticonnya kan kaya gif gitu, jadi gerak-gerak. Kaya emoticon kiss kan gambarnya kelinci, bibirnya monyong-monyong gitu kaya mau nyium terus ada tulisan chu chu gerak-gerak sama love-love gitu. Kocak deh. Hhe.. Itu kan aplikasi dari Korea. Jadi ada friend plus juga artis Korea, kalo temenan sama mereka gitu ntar kita dapet notif kalau mereka posting video, foto atau berita di friend plus nya mereka. Semacam fan page lah kalau di Facebook. Jadi kakaotalk itu kaya kerja sama deh sama manajemennya artis-artis itu buat promo. Jadi kalau ada info apa gitu, mereka suka posting di friendplus itu. Nah itu juga kenapa kita pake kakaotalk, tadinya kan pada pake whatsapp pas tau ada kakaotalk sekarang pada pake kakaotalk deh. Jadi biar bisa follow Suju dan EXO. Hahaha..</b></p> <p><b>T : Itu tau ada kakaotalk darimana?</b>  <b>J : Tau dari Marista, dia yang awalnya ngasi tau. Trus kita</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kakaotalk</li> <li>• Emoticonnya lebih seru</li> <li>• Emoticonnya kan kaya gif gitu, jadi gerak-gerak</li> <li>• Lebih ekspresif</li> <li>• Aplikasi dari Korea, jadi ada friend plus juga artis Korea</li> <li>• Dapet notif kalau mereka posting video, foto atau berita di friend plus nya mereka</li> <li>• Biar bisa follow Suju dan EXO</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Media yang sering digunakan untuk berkomunikasi dengan peer group</li> <li>• Motivasi menggunakan kakao (kelebihan fitur )</li> <li>• Motivasi menggunakan Kakaotalk (karena Suju dan Exo)</li> </ul>
--	---	--	--

		<b>pada download deh. Jadi semuanya pake.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terus kita pada download, jadi semuanya pake.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Motivasi menggunakan Kakaotalk (karena peer group)</li> </ul>
	<p><b>T : Kalau lagi ngobrol gitu suka pada pake bahasa Korea ga sih?</b></p> <p>J : Sering sih, kalau kakao-an atau di twitter kita suka pake bahasa Korea dikit-dikit. Kaya <i>Omo</i> (itu kaya OMG), trus <i>mianhe</i> (sorry), <i>gomawo</i> (thanks), <i>kamshamnida</i> (thank you) sama <i>aniyo</i> (nggak). Paling kaya gitu aja sih, kita sih tetep pake bahasa Indonesia cuma suka diselipin kata-kata itu.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Omo</li> <li>• Mianhe</li> <li>• Gomawo</li> <li>• Kamsahamnida</li> <li>• Aniyo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bahasa Korea yang digunakan informan dan peer group di Kakaotalk atau twitter</li> </ul>
Pewawancara kurang menggali K-culture yang disebutkan informan	<p><b>T : Kalau menurut kamu K-pop itu apa sih? Apa saja yang termasuk di dalamnya?</b></p> <p>J : Menurut aku K-pop adalah Korean Pop atau <b>musik Populer yang berasal dari Korea Selatan</b>. Masih termasuk bagian dari Korean Wave, selain <b>K-drama, K-Culture</b>.</p> <p><b>T : K-culture itu maksudnya budaya Koreanya ya? Traditioanl culture?</b></p> <p>J : Iya, termasuk traditional culturenya juga masuk. Itu lebih kaya yang tradisional gitu sih kalau menurut aku, kaya <b>rumah tradisional, hanbok</b> (pakaian tradisional Korea), <b>upacara pernikahan</b>, yang kaya gitu.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Musik K-pop</li> <li>• K-drama</li> <li>• K-culture <ul style="list-style-type: none"> <li>- rumah tradisional</li> <li>- hanbok</li> <li>- upacara pernikahan</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definisi K-pop menurut informan</li> </ul>
	<p><b>T : Kamu tahu K-pop sejak kapan sih?</b></p> <p>J : Aku pertama kali tau K-pop itu dari K-dramanya dulu. Kalo musiknya baru sesudahnya. Kalau <b>K-drama itu dari kelas 6</b></p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sejak kelas 6 SD</li> <li>• Menonton All About Eve pada tahun</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Awal mengenal K-drama</li> </ul>

	<p><b>SD, awalnya nonton All About Eve di tahun 2000</b> dari situ udah mulai suka K-drama. Terus ada Endless Love. Yaudah mulai dari situ selalu ngikutin perkembangan drama Korea terus sampe sekarang.</p>	2000	
<p><b>T</b> <b>J</b></p>	<p><b>: Waah dari SD kamu udah nonton K-drama ya?</b> : Iya soalnya kan waktu itu kan lagi booming banget K-drama di TV. Kayanya semua orang nonton gitu, jadi ya aku juga nonton. Hhe.. <b>Temen-temenku juga pada nonton soalnya.</b> Kalau ga nonton kan gimana gitu rasanya, beda sendiri. <b>Ntar mereka ngomongin aku ga tau lagi mereka ngobrol apaan.</b> Hhehe.. Apalagi kan itu ditayanginnya pas sore ya kalau ga salah, ga ada kegiatan juga pas sore jadinya ya nonton itu deh.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teman-temanku pada nonton</li> <li>• Ntar mereka ngomongin aku ga tau lagi mereka ngobrol apaan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Motivasi menonton K-drama (karena peer group)</li> <li>• Takut dikucilkan peer group</li> </ul>
<p><b>T</b> <b>J</b></p>	<p><b>: Sebenarnya kamu suka genre apa sih?</b> : Genre lebih suka yang comedy-romance sih. Lebih <b>menghibur</b> kalau menurut aku, <b>konfliknya juga ga bikin mikir banyak.</b> Ya aku kan nonton juga buat nyari hiburan bukan buat pusing mikirin konflik yang ribet. Hahaha.. Kalau comedy-romance kan <b>lucunya dapet, romancenya dapet.</b> Ya paket lengkaplah. Rata-rata sih K-drama yang aku sering tonton genrenya kaya gitu. Tapi ga semua genre itu terus aku tonton, ga juga. Kalau ga menarik ya aku ga terusin. Kaya yang "Glory Jane" itu kan comedy-romance juga, tapi pas udah nonton terus ngebosenin yauda aku ga tonton lagi. Tapi nih ya kalau yang di Indosiar itu selalu deh dramanya bagus-bagus, makanya aku selalu nonton yang mereka tayangin.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menghibur</li> <li>• Konfliknya ga bikin mikir banyak</li> <li>• Lucunya dapet, romancenya juga dapet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alasan menyukai genre comedy-romance</li> </ul>

	<p><b>T</b> : Memangnya K-drama yang bagus dan menarik itu yang seperti apa sih?</p> <p><b>J</b> : Yang membuat aku penasaran sama kelanjutan ceritanya dan membuat aku terhibur.</p> <p><b>T</b> : Terhiburnya kaya gimana?</p> <p><b>J</b> : Ya yang lucu, yang bisa bikin ketawa. Yang bikin aku merasa terhibur dan <b>seneng habis nonton</b>. Ya kaya Full House sama Protect the Boss gitu. Ga yang pusing sendiri habis nonton gara-gara pusing mikirin konfliknya, atau yang sedih. Aku ga suka K-drama yang sedih-sedih makanya kalau yang sedih-sedih aku ga nonton. Bikin mood rusak. Mendingan nonton yang lucu-lucu aja. Aku ga suka tuh K-drama yang model-model Winter Sonata, sedih banget soalnya, bawaanya jadi ikutan sedih kalau habis nonton K-drama kaya gitu.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Yang membuat aku penasaran sama kelanjutan ceritanya</li> <li>• Membuat aku terhibur. <ul style="list-style-type: none"> <li>- Yang bisa bikin ketawa</li> <li>- Seneng habis nonton</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definisi K-drama yang bagus dan menarik</li> </ul>
	<p><b>T</b> : Kalau sama sahabat-sahabat kamu itu, pada pinjem-pinjem DVD juga ga sih? Biasanya pinjem-pinjemannya sama siapa?</p> <p><b>J</b> : Sering sih. Misalnya aku punya DVD baru, <b>suka ngasi tau mereka juga kalau mereka belum beli terus mau nonton aku pinjem</b>. Pas ketemuan aku bawain. Mereka juga gitu ke aku, <b>kadang aku ditawarkan mau minjem ga</b>. Seringnya sih sama Nia, Marista sama Rini, mereka yang sering beli DVD. Tapi kadang kalau aku suka dramanya aku mending beli DVD nya sih biar bisa ditonton lagi. Kaya Full House, udah</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Suka ngasi tau mereka juga kalau mereka belum beli terus mau nonton aku pinjem</li> <li>• Kadang aku ditawarkan mau minjem ga.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bentuk dukungan peer group terhadap kegemaran K-drama</li> </ul>

	<p>ditayangin beberapa kali kan di TV. Tetep aja tuh aku sering nonton DVDnya ga bosen-bosen. Hhe...</p>		
<p><b>T : Kalau yang membuat kamu suka banget sama K-drama?</b>  <b>J : Banyak sih sebenarnya. Contohnya nih ya dari segi cerita, mereka tuh jago bikin tema yang sebenarnya itu-itu aja jadi menarik dan beda di tiap K-drama...</b></p> <p><b>T : ... Maksudnya gimana?</b>  <b>J : ...Kalau kamu perhatiin ya, K-drama tuh polanya sama deh. Kalo yang comedy-romance ya, soalnya kan aku banyakan nontonnya yang genre itu. Selalu deh ada cinta segi empat, awalnya saling benci terus akhirnya saling suka. Gitu terus polanya. Tapi tiap drama tuh konfliknya beda-beda jadi biarpun dengan tema yang sama tapi tiap drama jadi beda. Contohnya kaya Full House sama Lie to Me. Itu sama-sama tentang kawin kontrak, Full House kawin kontrak antara penulis sama aktor kalau Lie to Me pegawai negeri sama presdir hotel bintang 5. Temanya sama aja kan sebenarnya, tapi packgingnya beda. Jadi tema yang sama tetep aja menarik buat ditonton.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jago bikin tema yang sebenarnya itu-itu aja jadi menarik dan beda di tiap K-drama</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kelebihan K-drama</li> </ul>	
<p><b>T : Selain itu apa lagi yang bikin kamu suka?</b>  <b>J : Tiap nonton K-drama aku selalu ngerasa Korea itu ada di dimensi yang beda sama kita. Hahaha..</b></p> <p><b>T : Maksudnya gimana?</b>  <b>J : Ya tiap ngeliat kehidupan mereka sehari-hari yang high-tech banget, terus ngebandingin sama di sini kayanya jauh banget gitu....</b></p>			

<p>T J</p>	<p><b>: Bedanya kaya gimana emang?</b>  : ...Trus kalau ngeliat para pemain K-drama itu aku selalu mikir gila ya ini orang-orang cantik-cantik banget, kaya boneka. Mereka tuh manusia beneran ga sih? Kadang suka mikir gitu. Cara mereka berpakaian sama make up nya juga, natural banget tapi tetep keliatan cantik banget. Walaupun aku tahu ya banyak yang operasi plastik, tapi tetep aja tiap ngeliat mereka aku amazed. Terus kalau liat rumah mereka, interiornya gitu, minimalis sih tapi sekaligus warm kesannya kaya gitu. Mungkin karena warna-warnanya kali ya? Warna yang soft, pastel kaya gitu. Aku ngeliatnya tuh kaya rumah barbie kadang. Hhehe.. Belum lagi peralatan rumah tangga yang canggih-canggih banget. Perhatiin deh rumah-rumah dan apartemen di sana, pintunya pasti pake kunci otomatis yang pake kode terus ada cctv di pagernya. Belum gadget-gadget yang mereka pake, kayanya semuanya serba touch screen dan latest technology deh. Ya kalau dibandingin sama di sini beda jauh lah, jarang banget kan rumah yang peralatannya canggih dan pake cctv dan kunci pintu otomatis gitu. Kecuali yang kaya banget kayanya jarang ada yang make. Rumahnya bagus juga belum tentu pake kaya gitu. Sementara di sana rata-rata pake, mau rumahnya kecil dan biasa aja atau gede banget dan mewah pada pake semua. Mereka high tech banget deh kalau menurut aku. Dan yang paling aku salut dari K-drama adalah <b>semodern apa pun kehidupan mereka sekarang, secanggih apa pun teknologi mereka yang namanya nilai-nilai tradisional Korea selalu dipertahankan.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pemain K-drama cantik-cantik kaya boneka</li> <li>• Make up dan berpakaian natural</li> <li>• Operasi plastik</li> <li>• Interior rumah orang Korea</li> <li>• Minimalis</li> <li>• Warm</li> <li>• Warna soft, pastel</li> <li>• Peralatan rumah tangga yang canggih</li> <li>• Pintu dengan kunci otomatis+kode</li> <li>• CCTV di pagar</li> <li>• Gadget yang touch screen</li> <li>• Semodern apa pun kehidupan mereka sekarang, secanggih apa pun teknologi mereka yang namanya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pemain</li> <li>• Penampilan</li> <li>• Kecantikan</li> <li>• Bangunan</li> <li>• Rumah/bangunan</li> <li>• Gadget</li> <li>• Karakteristik masyarakat Korea</li> </ul>
----------------	--	---	--

		nilai-nilai tradisional Korea selalu dipertahankan	•
<b>T</b>	<b>: Tadi kan kamu sebutin ya nilai-nilai tradisionalnya tetap dipertahanin sama mereka, nilai-nilai yang kaya gimana contohnya?</b>		
<b>J</b>	: Perhatiin deh di K-drama itu pasti selalu ada <b>rumah tradisional</b> Korea. Ada <b>hanbok</b> terutama pas <b>upacara pernikahan</b> , biarpun pernikahannya pake upacara internasional misalnya orang tuanya pasti tetep pake hanbok. Terus mereka kalo makan selalu pake sumpit besi, itu kan bagian dari <b>tata cara makan tradisional mereka</b> . Hal-hal kaya gitu tuh terus dipertahanin sama mereka biarpun mereka sekarang udah maju banget dari segi teknologi sama ekonomi.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rumah tradisional</li> <li>• Upacara pernikahan</li> <li>• Tata cara makan tradisional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nilai tradisi yang tetap ditampilkan dalam K-drama</li> </ul>
<b>T</b>	<b>: Menurut kamu nilai-nilai positif apa aja sih yang ada dalam K-drama?</b>		
<b>J</b>	: Banyak sih, hhe. <b>Nilai kekeluargaan yang kuat</b> , yang jelas sih itu ya. K-drama selalu nampilin gimana orang Korea selalu mengutamakan keluarga. Buat mereka <b>kepentingan keluarga harus didahulukan daripada kepentingan pribadi</b> . Terus kalau anggota keluarganya tertimpa masalah keliatan banget kalau anggota keluarga yang lain berusaha untuk membantu. <b>Sering banget kan tuh kalau di K-drama ditampilin keluarganya punya bisnis keluarga, terus kalau ada masalah apa di perusahaannya semua anggota keluarga bahu-membahu buat nyari solusinya.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nilai kekeluargaan yang kuat</li> <li>• Kepentingan keluarga harus didahulukan daripada kepentingan pribadi.</li> <li>• Sering banget kan tuh kalau di K-drama ditampilin keluarganya punya bisnis keluarga, terus kalau ada masalah apa di perusahaannya semua anggota keluarga bahu-membahu buat nyari solusinya.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nilai kolektivitas dalam keluarga</li> </ul>
	<b>K-drama tuh selalu nampilin gimana hormatnya orang Korea</b>		

	<p><b>sama orang tuanya</b>, sama orang yang lebih tua deh. Mungkin ga hanya ditunjukkan dengan membungkuk ngasi salam tapi lebih ke sikap yang menghargai pendapat orang tua, ga ngelawan kaya gitu deh. Mereka tuh nurut banget sama orang tuanya, bahkan sampe mereka dewasa. Walaupun mereka udah dewasa tapi tetep aja mereka masih menghargai orang tuanya. Pokoknya <b>penghormatan kepada orang yang lebih tua itu dijunjung tinggi banget sama orang Korea. Ga hanya sama ke kedua orang tuanya mereka juga sangat menghormati kakek-neneknya</b>. Kan kalau di Korea sering banget tuh, keluarga besar yang sama-sama tinggal dalam satu rumah, mulai dari kakek-nenek, paman, bibi dan orang tua. Dalam kesehariannya keliatan banget kalau mereka sangat menghormati orang-orang tersebut."</p> <p>Terus mereka <b>selalu makan bareng sekeluarga</b>, kalau menurut aku itu sesuatu yang jarang banget ya apalagi kaya sekarang semua orang pada sibuk sama kegiatannya masing-masing. Tapi mereka kalau makan selalu bareng sekeluarga. Mereka tuh <b>selalu berusaha ngejaga kebersamaan keluarga</b>. Terus tokoh utamanya juga selalu digambarin sebagai orang biasa (kelas pekerja) yang pekerja keras dan ga pernah nyerah buat meraih impiannya, dan pada akhirnya bisa jadi orang sukses. Itu kan juga ngajarin kita buat ga pernah nyerah dan terus berjuang sampai impian kita tercapai.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• K-drama tuh selalu nampilin gimana hormatnya orang Korea sama orang tuanya</li> <li>• Penghormatan kepada orang yang lebih tua itu dijunjung tinggi banget sama orang Korea</li> <li>• Ga hanya sama ke kedua orang tuanya mereka juga sangat menghormati kakek-neneknya</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Selalu makan bareng keluarga</li> <li>• Selalu berusaha menjaga kebersamaan keluarga</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penghargaan terhadap nilai senioritas</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nilai kolektivitas dalam keluarga</li> </ul>
<b>T</b>	<b>: Selain nilai yang tadi kamu sebutin ada nilai lain ga?</b>		

	<p>J : Kalau di K-drama kan sering banget ditampilin keluarga yang punya bisnis keluarga turun-temurun. Di situ keliatan banget deh gimana <b>masyarakat Korea itu selalu berusaha menjaga kelangsungan bisnis tersebut apa pun yang terjadi</b>. Bahkan mereka rela buat ngorbanin kepentingan pribadinya agar bisnis itu tetap utuh. Kaya di <b>K-drama Twinkle-twinkle</b>. Mereka kan punya bisnis penerbitan gitu. Trus karena ada konflik, bisnisnya nyaris bangkrut. Di situ keliatan banget gimana setiap anggota keluarga berusaha mati-matian buat mempertahankan bisnis itu. <b>Bahkan anak perempuan tertua di keluarga itu rela mengorbankan cintanya pada kekasihnya agar bisnis keluarganya dapat terselamatkan.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Masyarakat Korea itu selalu berusaha menjaga kelangsungan bisnis tersebut apa pun yang terjadi</li> <li>• Mereka rela buat ngorbanin kepentingan pribadinya agar bisnis itu tetap utuh</li> <li>• Di K-drama Twinkle-twinkle. Bahkan anak perempuan tertua di keluarga itu rela mengorbankan cintanya pada kekasihnya agar bisnis keluarganya dapat terselamatkan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nilai kolektivitas dalam K-drama</li> </ul>
	<p>T : Ada lagi ga yang kamu suka dari K-drama selain itu semua?</p> <p>J : Ehm..fashion mereka. Aku suka banget baju-bajunya. Aku suka warna-warnanya, mereka kan bajunya suka pake warna-warna soft, warna-warni sih sebenarnya tapi yang lembut kaya ungu misalnya ungunya lembut ga ungu yang ngejreng dan bikin norak. Terus warna-warna pastel kaya gitu. Aku suka banget, simpel tapi stylish banget gitu. Ya ga heran sih sekarang mereka jadi kiblat fashion juga kan? Hhe.. Suka boots-boots juga, apalagi baju musim dinginnya. Sayang aja sih di sini ga ada musim dingin, padahal pengen banget pake baju kaya gitu. Terus apalagi ya? Ehm..paling <b>tempat-tempat syutingnya sih</b>. Itu bagus-bagus banget ya. Jadi makin pengen ke sana. Korea tuh</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fashion mereka</li> <li>• Aku suka warna-warnanya, mereka kan bajunya suka pake warna-warna soft, warna-warni sih sebenarnya tapi yang lembut kaya ungu misalnya ungunya lembut ga ungu yang ngejreng dan bikin norak. Terus warna-warna pastel kaya gitu.</li> <li>• Suka boots-boots juga, apalagi baju musim dinginnya.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hal-hal yang disukai dari K-drama</li> <li>• Jenis fashion Korea yang disukai</li> </ul>

	<p>mau musim apa juga kayanya bagus banget. Hahaha.. Eh ya ada lagi yang aku suka dari K-drama, <b>mereka selalu pake produk buatan Korea, gadget dan mobil terutama ya.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aku suka banget, simpel tapi stylish banget</li> <li>• Ya ga heran sih sekarang mereka jadi kiblat fashion juga kan</li> <li>• Tempat-tempat syutingnya</li> <li>• Itu bagus-bagus banget ya. Korea tuh mau musim apa juga kayanya bagus banget</li> <li>• Mereka selalu pake produk buatan Korea, gadget dan mobil terutama ya.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alasan menyukai fashion Korea</li> <li>• Pandangan positif terhadap fashion Korea</li> <li>• Hal-hal yang disukai dari K-drama</li> <li>• Alasan menyukai tempat-tempat syuting K-drama</li> <li>• Bentuk nasionalisme konsumen dalam K-drama</li> <li>• Hal-hal yang disukai dari K-drama</li> </ul>
<p><b>T</b> <b>J</b></p>	<p><b>: Gimana pendapat kamu tentang masyarakat Korea yang cinta banget sama produk dalam negerinya?</b> <b>: Kalau menurutku sih itu hal yang bagus banget dan harus kita tiru ya. Orang Korea kan cinta banget sama produk</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Itu hal yang bagus banget dan harus kita tiru</li> <li>• Handphone orang Korea, mayoritas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pandangan positif tentang nasionalisme konsumen</li> </ul>

	<p>dalam negerinya. Lihat aja deh <b>handphone orang Korea, mayoritas pasti Samsung kalo ga LG. Jadi ga heran kalau mereka adalah pengguna android terbesar di dunia,</b> karena memang negaranya adalah negara yang paling banyak memproduksi handphone berbasis android. Ga itu aja, coba liat di jalan-jalan Korea pasti mobil mayoritas isinya Hyundai atau merk Korea lainnya. Jarang banget deh mereka pake merk luar. <b>Mereka kayanya punya kebanggaan sendiri kalau pake produk buatan Korea.</b></p>	<p>pasti Samsung kalo ga LG. Jadi ga heran kalau mereka adalah pengguna android terbesar di dunia</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mereka kayanya punya kebanggaan sendiri kalau pake produk buatan Korea</li> </ul>	
<p><b>T</b> <b>J</b> <b>T</b> <b>J</b></p>	<p><b>: Kamu jadi tertarik buat make apa yang mereka tampilan di K-drama itu ga sih?</b> <b>: Kalau buat fashion, tergantung sih. Kalau cocok ya ikutin, kalau ga ya ga.</b></p> <p><b>: Kalau di K-drama kan mereka suka pake mini skirt sama hotpants gitu? Kamu pake juga ga?</b> <b>: Ga lah kalau kaya gitu, kependekan. Bisa diomelin ayah, bisa dipecah jadi anak. Ga boleh keluar rumah. Hahaha.. Kalau ayah sih ngasih batesan rok atau celana, pendeknya persis di atas dengku. Lagian kalau pendek banget kaya gitu ga cocok aja sih kalau di sini. Kalau di sana mungkin ga apa-apa kali ya, tapi kan Indonesia budayanya beda. Aku sih suka kalau ngeliat orang-orang di K-drama itu pake baju-baju itu kaya gitu, mereka sih pantes-pantes aja makenya keliatannya bagus aja. Tapi kalau buat aku pake sih kayanya ga.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tergantung sih. Kalau cocok ya ikutin, kalau ga ya ga</li> <li>• Kalau ayah sih ngasih batesan rok atau celana, pendeknya persis di atas dengku</li> <li>• Lagian kalau pendek banget kaya gitu ga cocok aja sih kalau di sini. Kalau di sana mungkin ga apa-apa kali ya, tapi kan Indonesia budayanya beda</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penilaian negosiasi terhadap fashion K-pop</li> <li>• Aturan berpakaian yang ditetapkan ayah</li> <li>• Pandangan negosiasi terhadap pakaian seksi</li> </ul>

	<p><b>T</b> : Kalau sahabat-sahabat kamu yang suka K-drama itu ngikutin fashion Korea gitu juga ga sih?</p> <p><b>J</b> : Sahabat-sahabatku juga ga pernah sih pake baju seksi kaya gitu. Palingan kaya aku sih mix n match aja, ga yang aneh-aneh dan pake hotpants gitu. <b>Mereka juga ga pernah pake baju yang seksi dan pendek banget.</b> Ga boleh juga sih sama orang tuanya. Mereka juga suka komen negatif kalau ngeliat baju girlband yang terlalu pendek atau seksi. Mereka sebenarnya suka fahion K-pop, tapi <b>ya palingan dimix n match aja. Biar sesuai sama budaya sini. Palingan juga kita pake rok atau dress yang pendeknya persis di atas dengkul, ga sampe kaya yang di K-drama yang sepaha apalagi yang kaya girlband gitu sampe di pangkal paha.</b> Kalau Marista suka beli baju-baju online yang dari Korea di online shop gitu-gitu. Tapi kalau aku sih ga, paling males belanja online kadang suka beda sama yang di foto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mereka juga ga pernah pake baju yang seksi dan pendek banget.</li> <li>• Ya palingan dimix n match aja. Biar sesuai sama budaya sini.</li> <li>• Palingan juga kita pake rok atau dress yang pendeknya persis di atas dengkul, ga sampe kaya yang di K-drama yang sepaha apalagi yang kaya girlband gitu sampe di pangkal paha.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pandangan oposisi peer group terhadap pakaian seksi</li> <li>• Gaya berpakaian peer group dan informan sehari-hari</li> </ul>
Informan mengajukan pertanyaan yang melompat dari fashion K-pop kembali ke K-drama	<p><b>T</b> : Kalau masalah kebebasan kaya free sex gitu gimana, di K-drama suka ada kaya gitu ga?</p> <p><b>J</b> : Naah itu juga sebenarnya yang bikin aku suka K-drama dan kayanya yang buat orang-orang suka K-drama. K-drama tuh beda sama TV series Amerika yang banyak sex scene atau adegan kissing. <b>Kalau di TV series Amerika kan kissingnya jatohnya suka vulgar ya kalau di K-drama tuh sweet dan romantis gitu, paling cuma nempel bibir, ga yang french kiss lebay kaya di TV series Amerika.</b> Jadinya K-drama tuh lebih romantis kalau menurut aku, kalau mereka kissing sama</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kalau di TV series Amerika kan kissingnya jatohnya suka vulgar ya kalau di K-drama tuh sweet dan romantis gitu, paling cuma nempel bibir, ga yang french kiss lebay kaya di TV series Amerika.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perbandingan K-drama dan American TV series</li> </ul>

	<p>pasangannya keliatan kalau itu buat nunjukin rasa sayang. Kalau di TV series Amerika kan, keliatannya nafsu banget. Hahaha.. Kalau pacaran juga yang malu-malu gitu ga agresif, jadi masih nunjukkin banget budaya timurnya. Trus kalau di K-drama kita bakalan sering banget deh liat cowok nangis kalau mereka lagi sedih. Cowok nangis kan kayanya 'haram' banget hukumnya, tapi kalau di K-drama tuh nggak. Cowok sama cewek ya sama aja, kalau sedih ya nangis aja. Toh itu sesuatu yang manusiawi kan? Menurutku itu juga nunjukin karakter orang Korea yang emang sensitif dan perasa, kalau mereka sedih ya mereka nangis.</p>		
<p><b>T</b> <b>J</b></p>	<p><b>: Kalau menurut kamu nilai-nilai baik apa aja sih yang bisa diambil dari K-drama?</b> : Ya itu tadi, <b>penghormatan ke orang tua dan orang yang lebih tua, pekerja keras, gaya pacaran yang masih sesuai sama budaya timur</b>, terus ya itu tadi ga pernah lupa sama budaya lokal. Kayanya <b>itu yang perlu banget kita tiru</b>. Kalau menurut aku nih ya Korea itu adalah perpaduan ideal dimana kemajuan teknologi berpadu dengan nilai-nilai tradisional. Ya sama kaya Jepang lah. Terus mereka juga cinta banget kan sama produk dalam negerinya, pemakai android terbesar kan orang Korea. Soalnya mayoritas produsen handphone berbasis android kan Korea.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penghormatan ke orang tua dan orang yang lebih tua</li> <li>• Pekerja keras</li> <li>• Gaya pacaran yang masih sesuai sama budaya timur</li> <li>• Itu yang perlu banget kita tiru</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Karakteristik masyarakat Korea yang ditampilkan dalam K-drama</li> <li>• Pandangan positif terhadap karakteristik masyarakat Korea</li> </ul>
<p><b>T</b></p>	<p><b>: Kalau karakter masyarakat Korea yang menurut kamu menarik kaya gimana?</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ya itu tadi semaju apa pun negara</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pandangan positif</li> </ul>

	<p><b>J</b> : <b>Ya itu tadi semaju apa pun negara mereka, mereka tetap menjunjung tinggi tradisi mereka.</b> Mereka pekerja keras, kalau di K-drama kan ditampilinnya kaya gitu. Kalau menurut aku sih pada kenyataan juga gitu kok. Liat aja sekarang siapa sih yang ga tau Korea Selatan, <b>negara yang dulunya bukan apa-apa sekang jadi negara yang diperhitungkan di dunia. Jadi kekuatan ekonomi baru, budaya popnya digilai di seluruh dunia.</b> Semua itu kan butuh kerja keras, ga bersifat instan. Mungkin itu yang paling aku kagumi dari Korea. Terus sejak suka musik K-pop aku juga jadi tahu, kalau bintang K-pop itu sebelum diorbitin harus jadi trainee dulu selama bertahun-tahun ada yang 7 tahun bahkan. Jadi apa yang mereka peroleh tuh ga ada yang instan, semuanya lewat kerja keras dari bawah. Beda bangetlah sama orang Indonesia, apa-apa maunya instan kan? Kalau orang Indonesia jadi trainee sampe 7 tahun gitu kayanya ga bakalan pada tahan. Maunya kan pada instan, kaya ikut kontes idol-idol, rekaman terus berharap jadi artis sukses. Ya ga mungkin bisa segampang itulah, pasti semuanya butuh proses dan kerja keras dulu.</p>	<p>mereka, mereka tetap menjunjung tinggi tradisi mereka</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Negara yang dulunya bukan apa-apa sekang jadi negara yang diperhitungkan di dunia.</li> <li>• Jadi kekuatan ekonomi baru</li> <li>• Budaya popnya digilai di seluruh dunia</li> </ul>	<p>terhadap karakter masyarakat Korea</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definisi Korea menurut informan</li> </ul>
	<p><b>T</b> : <b>Kalo yang musik itu awalnya gimana bisa tau musik K-pop? Bisa diceritain ga awalnya gimana?</b></p> <p><b>J</b> : <b>Dulu sahabatku Marista, yang ngenalin K-pop, sekitar tahun 2006 atau 2007 gitu, lupa. Hehehe. Dia bilang "ehh..coba googling deh super junior di youtube, liat videonyayang Sorry sorry, keren banget lo pasti suka</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sekitar tahun 2006 atau 2007 gitu</li> <li>• Dulu sahabatku Marista, yang ngenalin K-pop</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Awal mengenal K-pop</li> <li>• Peer group</li> </ul>

	<p><b>deh".</b> Yaudah akhirnya aku liat deh, dan bener aja lho langsung suka. Awal liat sih dalam hati ngebatin"apaan sih nih?" Eh pas diliat kedua kalinya langsung suka. Mulai dari situ deh suka sama musik-musik K-pop. Tapi sebenarnya bener-bener suka banget yang sampe dengerin banget tuh baru setahun terakhir sih.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dia bilang "ehh..coba googling deh super junior di youtube, liat videonya yang Sorry sorry, keren banget lo pasti suka deh"</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penilaian positif peer group terhadap musik K-pop</li> </ul>
<p><b>T</b> : Kalau musik K-pop apa sih yang membuat kamu suka sama musik K-pop?  <b>J</b> : Yang jelas sih karena udah bosen sama musik Indonesia yang ala-alay ga jelas, sama musik barat yang gitu-gitu aja.  <b>T</b> : Alay gimana maksudnya?  <b>J</b> : Ya musik Indo kan terakhir-terakhir ini kalau ga boyband/girlband yang ngikut Korea ya musiknya alay-alay kaya Kangen band atau ST 12 yang menurut aku tuh ga jelas banget deh liriknya kaya gimana. Trus musik barat juga lama-lama bikin bosen ga ada yang baru, ga ada inovasi deh. Paling banter juga Adele, itu juga lagunya bikin galau banget. Hahaha.. Akhirnya aku jadi lebih sering dengerin K-pop gara-gara diracunin sama sahabat-sahabatku itu. Mereka ngomonginnya Suju dan EXO mulu, aku disuru dengerin lagunya dan liat video klipnya. Akhirnya dengerin, terus makin suka deh. Apalagi sering nonton juga acara musik K-pop gitu, makin sering liat jadi makin suka.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Karena udah bosen sama musik Indonesia yang ala-alay ga jelas, sama musik barat yang gitu-gitu aja.</li> <li>• Musik Indo kan terakhir-terakhir ini kalau ga boyband/girlband yang ngikut Korea</li> <li>• Musiknya alay-alay kaya Kangen band atau ST 12 yang menurut aku tuh ga jelas banget deh liriknya kaya gimana</li> <li>• Trus musik barat juga lama-lama bikin bosen ga ada yang baru, ga ada inovasi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alasan ketertarikan terhadap musik K-pop</li> <li>• Penampilan bintang Indo Pop</li> <li>• Kualitas musik Indo Pop</li> <li>• Kualitas musik pop Barat</li> </ul>	

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gara-gara diracunin sama sahabat-shabatku itu</li> <li>• Mereka ngomonginnya Suju dan EXO mulu, aku disuru dengerin lagunya dan liat video klipnya.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengaruh peer group terhadap kegemaran musik K-pop</li> </ul>
<p><b>T</b> : Apa sih keunikan musik K-pop yang membuat kamu jadi tertarik buat dengerin?</p> <p><b>J</b> : Musiknya enerjik dan bikin semangat ada sih yang mellow tapi mayoritas tuh lagunya yang bikin semangat. Iramanya tuh ear-catching mungkin itu yang bikin orang suka biarpun ga tahu artinya apaan. Palingan ngerti yang pas bagian bahasa Inggrisnya. Kan kalau lagu K-pop liriknya suka campur bahasa Inggris walaupun dikit. Plus juga penampilan para penyanyinya yang ganteng-ganteng dan cantik dan stylish banget. Video klipnya juga bagus-bagus, apalagi yang girlband warnanya tuh selalu kaya candy-candy color gitu deh. Jadi kesannya tuh ceria, kaya di dunia barbie dah. Seneng aja gitu liatnya, mereka cantik-cantik ganteng-ganteng, lagunya enak didenger, dancinya bagus. Ya enak di telinga, enak dilihat mata jugalah.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Musiknya enerjik dan bikin semangat</li> <li>• Iramanya tuh ear-catching mungkin itu yang bikin orang suka biarpun ga tahu artinya apaan</li> <li>• Penampilan para penyanyinya yang ganteng-ganteng dan cantik dan stylish banget.</li> <li>• Video klipnya juga bagus-bagus, apalagi yang girlband warnanya tuh selalu kaya candy-candy color gitu deh.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kelebihan musik K-pop</li> </ul>	
<p><b>T</b> : Menurut kamu apa sih kelebihan Kpop dibandingkan dengan budaya pop Indonesia?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pop Indonesia selalu dan itu-ituh aja,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kualitas musik Indo pop</li> </ul>	

	<p>J : Wahhh..jauh bangeet..kalau K-Pop sudah pasti warna musik mereka jauh lebih berwarna dan beragam dibandingkan pop Indonesia. Kalau <b>pop Indonesia selalu dan itu-itua aja, ga ada variasinya dan cenderung lebih membosankan.</b> Beda dengan K-pop yang jenis musik mereka lebih variatif dan lebih keren pokoknya dibandingkan dengan musik indonesia (Ga cinta tanah air bgt guehhh, hahaha...)</p>	<p>ga ada variasinya dan cenderung lebih membosankan.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• K-pop yang jenis musik mereka lebih variatif dan lebih keren pokoknya dibandingkan dengan musik indonesia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kelebihan musik K-pop</li> </ul>
	<p>T : <b>Kalau dibandingkan dengan budpop Amerika menurut kamu kelebihan K-pop apa?</b>  J : Tetep seperti tadi, kalau <b>pop Amerika juga terlihat monoton</b>, jadi kalau ngeliatnya biasa aja nggak ada specialnya. <b>Kalau K-pop memang menang di performance mereka, enerjik, dance-dance yang selalu dinamis dan tidak monoton jadinya orang tidak gampang bosan.</b> Tetep Korea kan juaranya maaahhhh.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pop Amerika juga terlihat monoton</li> <li>• Kalau K-pop memang menang di performance mereka, enerjik, dance-dance yang selalu dinamis dan tidak monoton jadinya orang tidak gampang bosan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kulit musik pop Amerika</li> <li>• Kelebihan musik K-pop</li> </ul>
	<p>T : <b>Kalau hal yang kamu ga suka dari musik K-pop ada ga?</b>  J : Ehm..apa ya? <b>Mungkin lebih ke pakaian mereka yang minim-minim</b> ya? Kan kalau <b>girlband gitu suka banget pake baju yang seksi banget, hot pants, mini dress dan mini skirt yang mininya tuh mini banget. Kadang pake dress yang pendek banget sampe ke pangkal paha, mana dressnya juga ngepas banget.</b> Lebih ke situ aja sih. Mungkin kalau di sana ga apa-apa kali ya, udah diterima sama</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mungkin lebih ke pakaian mereka yang minim-minim</li> <li>• Baju yang seksi banget, hot pants, mini dress dan mini skirt yang mininya tuh mini banget. Kadang pake dress yang pendek banget</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gaya fashion k-Pop yang tidak disukai</li> <li>• Definisi pakaian seksi</li> </ul>

	masyarakatnya.	sampe ke pangkal paha, mana dressnya juga ngepas banget.	
<b>T</b>	<b>: Kalau menurut kamu musik K-pop itu sebenarnya sebuah bentuk pemberontakan juga ga sih? Kaya punk gitu?</b>		
J	: Hmm..kalau dari segi lirik kayanya sih ga ya. Kalau aku lihat dari terjemahan lagu-lagunya Suju atau EXO yang biasa aku dengerin sih, liriknya lebih ke percintaan, kaya gitu. Mungkin dari segi fashion dan style para penyanyi K-pop iya, kalau menurut aku ya.		
<b>T</b>	<b>: Maksudnya gimana? Bisa dijelaskan ga?</b>		
J	: Ya style nya boyband itu deh, yang androgyny. Kan banyak banget member boyband yang androgyny. Yang kaya cowok cantik gitu deh kaya yang di J-pop. Kalau di Suju nih, ada yang namanya Heechul, dia itu <b>cantik banget sekaligus ganteng banget terus suka pake eyeliner</b> . Trus model bajunya kadang suka beda sendiri, kalau lagi pada pake jas misalnya dia <b>pake blazer yang pendek yang ngatung gitu yang modelnya kaya blazer cewek ada rendan-rendanya</b> gitu. Trus ada lagi Ren, dari boyband Nuest, umurnya masih 16 tahun. Dia itu juga cantik banget, <b>rambutnya pirang, suka diiket ke atas gitu rambutnya kaya dicepol</b> . Trus <b>pake make up</b> dan eyeliner, kayanya dia juga <b>pake lipgloss yang ada warnanya</b> . Aku pernah liat fotonya. Makin mirip kaya cewek, orang yang ga tau dia cowok pasti ngirain dia cewek. Temenku aja ada yang ngirain Ren itu cewek, hehe.. Trus	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cantik banget sekaligus ganteng banget terus suka pake eyeliner</li> <li>• Pake blazer yang pendek yang ngatung gitu yang modelnya kaya blazer cewek ada rendan-rendanya</li> <li>• Suka pake baju warna pink</li> <li>• Rambutnya pirang, suka diiket ke atas gitu rambutnya kaya dicepol</li> <li>• Pake make up</li> <li>• Pake lipgloss yang ada warnanya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definisi androgyny</li> <li>• Pakaian androgyny</li> <li>• Model rambut androgyny</li> <li>• Make up androgyny</li> </ul>

	<p>mereka juga <b>suka pake baju warna pink</b> gitu kan. Heechul pernah pake sweater warna shocking pink, trus Ren pas ada fan signing gitu pake jaket warna pink. <b>Kalo aku ngeliatnya sih itu bentuk rebelnya mereka. Pink itu kan warnanya cewek tapi mereka cowok sering banget pake warna kaya gitu.</b> Terus pake eyeliner juga, <b>model rambutnya juga kaya cewek. Heecul pas SS3 rambutnya dicepol gitu, terus pake bangs, asli kaya cewek banget.</b> Ren juga ada bangsnya sih. Terus kalau yang fashion girlbandnya sama juga sih, di f(x) itu ada namanya Amber. Dia itu <b>penampilannya persis kaya cowok.</b> Tadinya aku pikir membernya f(x) tuh ada yang cowok pas pertama liat f(x) eh ternyata itu Amber. Dia <b>potongan rambutnya juga kaya cowok pake bajunya juga baju cowok gitu. Terus pas premiere film I AM dia pake jas aja dong kaya cowok.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aku ngeliatnya sih itu bentuk rebelnya mereka</li> <li>• Pink itu kan warnanya cewek tapi mereka cowok sering banget pake warna kaya gitu</li> <li>• Model rambutnya juga kaya cewek.</li> <li>• Heecul pas SS3 rambutnya dicepol gitu, terus pake bangs, asli kaya cewek banget</li> <li>• Penampilannya persis kaya cowok</li> <li>• Potongan rambutnya juga kaya cowok pake bajunya juga baju cowok gitu.</li> <li>• Pas premiere film I AM dia pake jas aja dong kaya cowok</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nilai androgyny</li> <li>• Gaya androgyny boyband</li> <li>• Gaya androgyny girlband</li> <li>• Model rambut androgyny</li> <li>• Pakaian androgyny</li> </ul>
T	: Kamu ngeliat androgyny di musik K-pop gitu		

J	<p><b>pendapatnya gimana?</b> : Dari dulu aku sih suka-suka aja ya ngeliat orang-orang kaya gitu, <b>aku ngeliatnya sih keren aja</b>. Suka banget malah kalau ngeliat cowok cantik. Hhehe.. Sampai temenku pernah bilang "gw curiga nih sama lo, jangan-jangan lo suka sama cewek ya?". Hahaha.. Sebenarnya <b>aku ngeliat orang kaya gitu, lebih ke keberanian mereka buat menentang pakem yang ada sih</b>. Ya tipe yang fuck the gender boundaries lah. <b>Kaya yang tadi, warna pink. Ga cewek doang kok yang boleh pake warna pink, ga cewek doang kok yang boleh pake eyeliner, ga cewek doang yang boleh punya bangs. Itu kan konsep yang dibuat sama masyarakat, nah orang-orang ini berani lho nentang itu</b>. Kalau menurut aku sih itu salah satu letak rebelnya musik K-pop. <b>Sama aja kaya J-pop sih, J-pop juga banyak kan cowok cantik kaya Gackt atau Hyde gitu. Cuma kalau Korea tuh versi bagusny kalau Jepang versi aneh dan berantakannya. Hahaha..</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aku ngeliatnya sih keren aja</li> <li>• Aku ngeliat orang kaya gitu, lebih ke keberanian mereka buat menentang pakem yang ada sih</li> <li>• Itu kan konsep yang dibuat sama masyarakat, nah orang-orang ini berani lho nentang itu.</li> <li>• Kaya yang tadi, warna pink. Ga cewek doang kok yang boleh pake warna pink, ga cewek doang kok yang boleh pake eyeliner, ga cewek doang yang boleh punya bangs</li> <li>• Sama aja kaya J-pop sih, J-pop juga banyak kan cowok cantik kaya Gackt atau Hyde gitu. Cuma kalau Korea tuh versi bagusny kalau Jepang versi aneh dan berantakannya. Hahaha..</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penilaian positif terhadap gaya androgyny</li> <li>• 'Pakem' yang ditentang oleh androgyny</li> <li>• Perbandingan androgyny J-pop dan K-pop</li> </ul>
T J	<p><b>: Maksudnya gimana? Kamu kok tahu juga yang J-pop apa suka juga?</b> : Suka sih ga. <b>Tau aja Gackt sama Hyde soalnya pas SMA dan kuliah temenku ada yang suka J-pop dan ngefans banget sama Laruku. Dia suka nunjukin fotonya ke aku. Iya,</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tau aja Gackt sama Hyde soalnya pas SMA dan kuliah temenku ada yang suka J-pop dan ngefans banget</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Awal mengenal androgyny</li> </ul>

	<p>kalo <b>J-pop</b> tuh gayanya aneh-aneh dan berantakan kalau menurut aku. <b>Kaya ala-ala rocker, gothic-gothic gitu, pake baju item, kutek item trus pake eyeliner atau make up. Trus rambutnya suka dicat merah nyala, kuning ngejreng apa ijo gitu. Jatohnya aneh kalau menurut aku. Kalau androgyny di K-pop sama rebel juga, tapi rebelnya lebih fashionable gitu, pake bajunya warna-warna cerah kaya tadi pake pink. Rambutnya diwarnain juga tapi warnanya bagus, dark blonde apa coklat gitu.</b> Pokoknya masih cocoklah sama muka mereka, jadinya stylish ga aneh. <b>Terus cowoknya pada pake eyeliner, jatuhnya sih cantik sekaligus ganteng di saat yang bersamaan.</b></p>	<p>sama Laruku</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• J-pop tuh gayanya aneh-aneh dan berantakan.</li> <li>• Kaya ala-ala rocker, gothic-gothic gitu, pake baju item, kutek item trus pake eyeliner atau make up.</li> <li>• Trus rambutnya suka dicat merah nyala, kuning ngejreng apa ijo gitu.</li> <li>• Jatohnya aneh kalau menurut aku</li> <li>• Kalau androgyny di K-pop sama rebel juga, tapi rebelnya lebih fashionable gitu</li> <li>• Pake bajunya warna-warna cerah kaya tadi pake pink</li> <li>• Rambutnya diwarnain juga tapi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penilaian negatif terhadap penampilan androgyny J-pop</li> <li>• Pakaian dan make up androgyny J-pop</li> <li>• Model rambut androgyny J-pop</li> <li>• Penilaian negatif terhadap penampilan androgyny J-pop</li> <li>• Penilaian positif terhadap penampilan androgyny K-pop</li> <li>• Pakaian androgyny K-pop</li> <li>• Model rambut androgyny</li> </ul>
--	--	--	---

		<p>warnanya bagus, dark blonde apa coklat gitu</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Terus cowoknya pada pake eyeliner.</li> <li>• Jatuhnya sih cantik sekaligus ganteng di saat yang bersamaan</li> </ul>	<p>K-pop</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Make up androgyny K-pop</li> <li>• Penilaian positif terhadap penampilan androgyny K-pop</li> </ul>
<p><b>T</b> : Kalau akhirnya remaja yang suka K-pop jadi banyak yang bergaya androgyny kaya gitu menurut kamu gimana?</p> <p><b>J</b> : Ya nggak apa-apa sih. <b>Toh bagus mereka berani tampil beda. Berani nentang arus.</b></p> <p><b>T</b> : Tapi kan jadi banyak yang berpandangan negatif ya sama orang-orang yang berpenampilan kaya gitu, menurut kamu gimana?</p> <p><b>J</b> : Hmm..itu sih karena mereka ngeliatnya dari sisi yang negatif ya. Kalau aku sih ngeliatnya lebih ke fashion ya. <b>Bentuk rebelnya mereka dari segi fashion, cara mereka mengekspresikan diri.</b> Ga yang lain-lain. Mungkin kebanyakan orang menilainya negatif, "apaan sih cowok kok kaya cewek? atau sebaliknya." <b>Terus dikaitinnya sama orientasi seksual deh, jadinya makin negatif aja penilainnya.</b> Padahal kan fashion identity sama sexual identity itu beda lah. <b>Ga lantas orang yang androgyny itu gay,</b> walaupun ga menutup kemungkinan androgyny ada yang gay. <b>Tapi kan ga bisa digeneralisir lah. Kadang suka kesel</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Toh bagus mereka berani tampil beda. Berani nentang arus.</li> <li>• Mereka ngeliatnya dari sisi yang negatif</li> <li>• Terus dikaitinnya sama orientasi seksual deh, jadinya makin negatif aja penilainnya</li> <li>• Aku sih ngeliatnya lebih ke fashion ya. Bentuk rebelnya mereka dari segi fashion, cara mereka mengekspresikan diri.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pandangan positif terhadap androgyny</li> <li>• Alasan masyarakat menilai negatif androgyny</li> <li>• Nilai androgyny menurut informan</li> </ul>	

	<p><b>juga sih sama orang-orang yang penilaiannya kaya gitu. Kayanya narrow minded banget.</b> Tapi kalau aku sih fine-fine aja, itu semua cuma fashion itu juga kan bagian dari seni.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fashion identity sama sexual identity itu beda lah. Ga lantas orang yang androgyny itu gay.</li> <li>• Tapi kan ga bisa digeneralisir lah. Kadang suka kesel juga sih sama orang-orang yang penilaiannya kaya gitu. Kayanya narrow minded banget.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nilai androgyny menurut informan</li> </ul>
<p><b>T</b> <b>J</b></p>	<p><b>: Kalau sahabat kamu yang penggemar K-pop pendapatnya gimana tentang androgyny?</b> <b>: Mereka sih suka-suka aja. Apalagi Marista, dia kan suka banget sama Ren.</b> Jadi kalau ngomongin androgyny sama dia nyambung banget deh. Hahaha.. Kalau yang lain sih suka juga. <b>Bahkan suka kagum kok bisa ya cowok bisa cantik kaya gitu.</b> Terus <b>mereka juga sama kaya aku sih ngeliatnya lebih ke fashion, dan ga lantas nganggep androgyny itu gay.</b> Kalau aku tunjakin fotonya Heechul atau Ren, mereka selalu yang "gila ya Heechul cantik banget, kalah gw" dan ga pernah komen yang "ih apaan sih dandan kaya cewek gitu, jangan-jangan emang gay." Mereka ga pernah komen kaya gitu, kan suka ada tuh dulu temen kuliahku yang komen kaya gitu pas liat fotonya Heechul. Nyebelin banget deh kalau ada yang komen kaya gitu.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mereka sih suka-suka aja. Apalagi Marista, dia kan suka banget sama Ren</li> <li>• Bahkan suka kagum kok bisa ya cowok bisa cantik kaya gitu</li> <li>• Mereka juga sama kaya aku sih ngeliatnya lebih ke fashion, dan ga lantas nganggep androgyny itu gay</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penilaian positif peer group terhadap androgyny</li> </ul>
<b>T</b>	<b>: Kalau yang girlbandnya sendiri gimana?</b>		

	<p><b>J</b> : Kalau girlband aku juga ngeliatnya sama sih ya bentuk rebelnya di fashion. <b>Aku ngeliatnya pakaian mereka yang mini-mini itu sebenarnya bentuk perlawanan juga. Gimana pun juga kan kita budaya timur yang memegang adat timur yang memiliki banyak aturan. Nah pakaian yang mini itu lebih buat nunjukkin kebebasan berekspresi terutama dari segi pakaian.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aku ngeliatnya pakaian mereka yang mini-mini itu sebenarnya bentuk perlawanan juga. Gimana pun juga kan kita budaya timur yang memegang adat timur yang memiliki banyak aturan.</li> <li>• Pakaian yang mini itu lebih buat nunjukkin kebebasan berekspresi terutama dari segi pakaian.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nilai pakaian seksi K-pop</li> </ul>
	<p><b>T</b> : <b>Kalau kamu sendiri tertarik ga buat pake pakaian kaya gitu?</b></p> <p><b>J</b> : Yang mini-mini maksudnya? Hmm..nggaklah, terlalu mini kalo kaya gitu. <b>Nggak sesuai juga sih kalau dipakai sehari-hari di sini. Lagi mereka pake baju kaya gitu kan buat di video klip atau ga pas manggung. Kalau buat mereka perform okelah tapi kalau buat jalan mah kayanya ga deh.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nggak sesuai juga sih kalau dipakai sehari-hari di sini. Lagi mereka pake baju kaya gitu kan buat di video klip atau ga pas manggung. Kalau buat mereka perform okelah tapi kalau buat jalan mah kayanya ga deh.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penilaian negosiasi terhadap pakaian seksi</li> </ul>



# **LAMPIRAN 4**

**(Axial Coding)**

<ul style="list-style-type: none"> <li>S.Sos jurusan Komunikasi</li> <li>Universitas Al-Azhar Indonesia</li> </ul>					<b>Jurusan</b>	<b>FORMAL</b>	<b>PENDIDIKAN</b>	<b>DIRI</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>vvgaya berpakaianya selalu sesuai model pakaian yang sedang tren</li> <li>pas lagi celana harem tren banget, mereka pake tuh celana kaya gitu.</li> <li>kalau udah ga tren lagi, mereka ga pake lagi.</li> <li>Kalau ada tren pakaian yang baru, mereka ikutin lagi</li> </ul>		Gaya berpakaian sesuai tren	Gaya berpakaian mahasiswa	Kesamaan dengan kampus lain	<b>Kampus</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>gaya berpakaian ga ngikutin apa yang lagi tren.</li> <li>Kaya pas lagi tren celana harem itu mereka tetep pake jeans. Mereka ga pake tuh celana harem.</li> </ul>		Gaya berpakaian tidak sesuai tren						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Yayasan Islam. Tapi kalau di kampus sendiri sih ga yang Islam banget.</li> <li>jangan dibayangin mentang-mentang yayasan Islam trus jadi kaya UIN gitu</li> <li>anak-anaknya juga ga pake kerudungan semua kok, ada yang pake kerudung ada yang ga</li> </ul>				Perbedaan dengan kampus lain				
<ul style="list-style-type: none"> <li>baju berkerah, polo shirt , celana denim panjang tidak ketat. Celana harus panjang dan tidak ketat.</li> </ul>	Pakaian yang boleh	Pakaian	Peraturan tertulis untuk semua mahasiswa	Peraturan				
<ul style="list-style-type: none"> <li>Kaos oblong, celana legging</li> </ul>	Pakaian yang							

ketat	dilarang						
<ul style="list-style-type: none"> <li>• sepatu tertutup</li> </ul>	Sepatu yang boleh	Sepatu					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• sepatu terbuka dan sandal jepit</li> </ul>	Sepatu yang dilarang						
<ul style="list-style-type: none"> <li>• diwajibin sama ibu</li> </ul>			Alasan	<b>Les Inggris</b>	<b>Informal</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• kemampuan bahasa Inggris sesuatu yang wajib</li> <li>• pas kuliah text booknya kan banyak yang pake bahasa Inggris</li> <li>• ntar kerja rata-rata kan pake tes bahasa Inggris</li> <li>• kalau bahasa Inggrisnya bagus kesempatan buat kerja di perusahaan asing kan lebih besar</li> </ul>							
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dari dulu suka denger orang Korea ngomong Perancis</li> <li>• aku suka baget aksennya kan bagus</li> <li>• pengen bisa bahasa Eropa minimal satu</li> <li>• apalagi kan Perancis juga banyak yang make di Eropa</li> </ul>			Alasan	<b>Les Perancis</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingin tahu arti lagu-lagu Korea yang disukainya</li> <li>• Agar mengerti isi tweet personel Suju yang difollow</li> <li>• Ingin bisa berkomunikasi dengan personel Suju menggunakan bahasa Korea seperti fans lain</li> <li>• Karena mayoritas orang Korea tidak bisa bahasa Inggris</li> </ul>	Suka Suju		Alasan	<b>Les Korea</b>			

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Suka belajar bahasa baru</li> <li>• Google translate suka ngaco</li> </ul>						
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingin mencari beasiswa ke Korea</li> <li>• Bahasa Korea nantinya diperlukan dalam komunikasi sehari-hari ketika berada di Korea</li> <li>• Kemampuan berbahasa Korea bisa jadi nilai plus dalam mencari beasiswa</li> </ul>	Beasiswa S2					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Language Corner</li> </ul>			Nama tempat les			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Daerah Radio Dalam</li> </ul>			Lokasi			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1,3 juta/level</li> </ul>			Biaya			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiap Sabtu</li> </ul>			Jadwal			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jam 09:00-13.00</li> </ul>			Durasi			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Level basic</li> </ul>			Tingkatan			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Biaya lumayan murah dibanding yang lain</li> </ul>			Alasan pemilihan tempat les			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Datang 20x pertemuan</li> </ul>			Frekuensi			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• karena masih baru banget kan masih kaget</li> <li>• Menyerah</li> <li>• Otaknya butek</li> <li>• Tempat kursus jauh dari rumah dan jalanan macet</li> </ul>	Diri		Alasan berhenti			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• guru yang aneh</li> </ul>	Guru					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ABG-ABG labil</li> </ul>	Teman les					
				<b>Indo</b>	<b>Bahasa</b>	<b>TEMAN</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• omo, mianhe, gomawo, kamsahamnida, aniyo</li> </ul>				<b>Korea</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menjadikan fashion K-pop sebagai referensi gaya berpakaian sehari-hari</li> <li>• Kalau cocok dengan gaya informan diikuti jika tidak ya tidak diikuti</li> </ul>				<b>Gaya berpakaian</b>	<b>Kesamaan</b>	

<ul style="list-style-type: none"> <li>• batesan rok atau celana, pendeknya persis di atas dengku</li> <li>• Tidak pernah berpakaian seksi dan minim</li> <li>• Memadupadankan fashion Korea agar tetap sesuai digunakan sehari-hari</li> </ul>								
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sahabatnya, Sashki, suka K-dama dan K-pop</li> <li>• Boyband favorit SUJU dan Exo</li> <li>• suka saling pinjem DVD K-drama</li> </ul>					<b>Penggemar K-Pop</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jeju island, museum teddy bear</li> </ul>					Lokasi syuting K-drama	<b>Tempat Impian di Korea</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nimsan tower</li> </ul>					Tempat wisata di Seoul			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• K-story, Kona Beans, Hans &amp; Gretel Cafe, Y-styele</li> </ul>					Kafe milik personel Suju			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ganci, Senci dan GI</li> </ul>					Mall	<b>Tempat</b>	<b>Hangout ke Mall</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak ada alternatif tempat lain</li> <li>• Mall tersebut letaknya lumayan di tengah</li> </ul>					Alasan pemilihan mall			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Makan sundubu, bibimbap dan topokki</li> </ul>					Makanan Korea	<b>Kegiatan</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mr. Dup Bap dan Cozy Happy Friends</li> </ul>					Tempat makan			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Film terbaru di bioskop, yang bergenre comedy romance</li> </ul>					Nonton			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rekomendasi K-drama yang bagus</li> <li>• Sinopsis</li> <li>• Jumlah episode</li> <li>• Pemainnya siapa</li> <li>• Jumlah disk jika berupa DVD</li> <li>• Bagian favorit di K-drama</li> </ul>		K-drama terbaru	Drama	Topik obrolan K-pop	Ngobrol			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gaya berpakaian</li> <li>• model rambut.</li> </ul>	Fashion	MV terbaru	Musik					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konsep MV</li> </ul>	Konsep MV							

sesuai atau tidak dengan lagu									
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Performance di atas panggung</li> </ul>	Nama acara musik (Inkigayo)	Acara music							
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gaya berpakaian,</li> <li>• model rambut</li> </ul>	Fashion								
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pekerjaan</li> </ul>				Topik obrolan non K-pop					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menggunakan kakaotalk</li> </ul>								Cara berkomunikasi	
								Weekdays	KEGIATAN
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menyapu rumah</li> </ul>								Menonton K-drama di TV	
								Membantu pekerjaan di rumah	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kompas Sabtu</li> </ul>			Surat kabar	Cetak	Media			Mencari lowongan kerja	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Akun lowongan kerja</li> </ul>			Twitter	Online					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak suka baca</li> <li>• Lebih praktis, tertarik dengan lowongannya bisa langsung klik untuk melihat info lebih lanjut</li> <li>• Tidak harus ribet mencari lewat google</li> </ul>				Alasan penggunaan media					

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Yang sesuai dengan background pendidikan</li> </ul>			Jenis pekerjaan			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nonton DVD K-drama</li> </ul>				<b>Rumah</b>	<b>Weekend</b>	
			Peer Group	<b>Hangout</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• PIM</li> </ul>	Mall	Tempat	Keluarga			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Paling dekat, banyak pilihan tempat makan</li> </ul>		Alasan				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Makan bareng di restoran Jepang</li> </ul>		Kegiatan				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sushi Tei, Hanamasa</li> </ul>	Nama restoran					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• memilki sahabat yang kuliah di Korea</li> <li>• Sering 'mengompori' kuliah di Korea enak karena bisa jalan-jalan ke Jeju, Kona Beans, dan nonton Super Show langsung di Korea</li> </ul>			Peer group	<b>Motivasi</b>	<b>S2 ke Korea</b>	<b>CITA-CITA</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• kalau aku di sana, tiap minggu bisa jalan-jalan juga, menjelajahi Korea selama di sana</li> <li>• kalau aku S2 di Korea kan bisa nonton konser di sana</li> <li>• Tiket konser Suju di Korea lebih murah dibandingkan di Indonesia</li> <li>• Bisa jalan-jalan gratis</li> <li>• Banyak tempat yang dapat dikunjungi</li> </ul>			Impian Diri			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seoul National University kan ranking ke 4 di Asia versi QS 2012, UI sama UGM aja yang katanya paling bagus di Indonesia rankingnya puluhan</li> <li>• IPK dan TOEFL lebih gampang ke sana daripada US atau Eropa</li> </ul>			Kualitas pendidikan			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bisa menginep di tempat sahabatnya</li> <li>• Sahabatnya bisa menjadi penerjemah dan tour guide</li> </ul>					<b>Jalan-jalan ke Korea</b>	

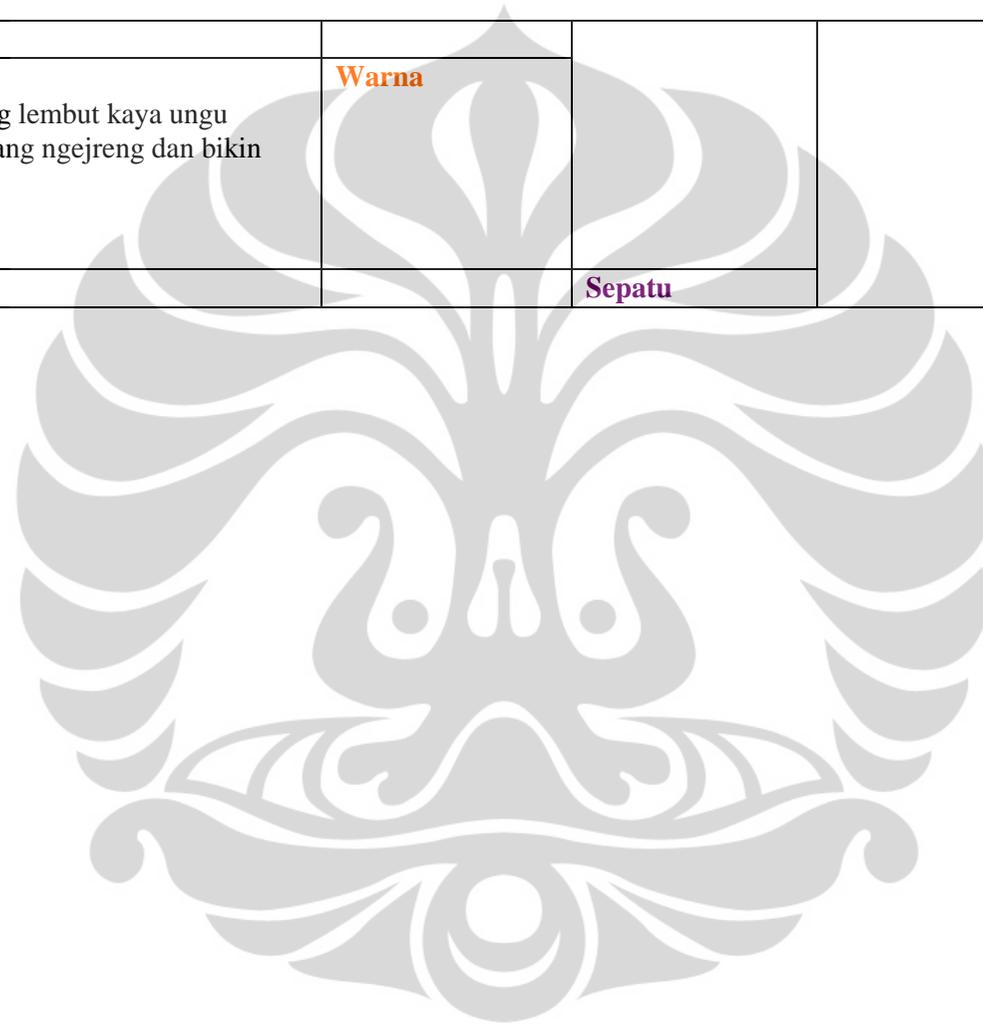
<ul style="list-style-type: none"> <li>• sejak kelas 6 SD</li> <li>• Menonton All About Eve pada tahun 2000</li> </ul>		<b>Informan</b>	<b>Perkenalan/awal</b>	<b>MENONTON</b>	<b>K-DRAMA</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sejak K-drama pertama kali tayang di TV</li> <li>• Ketika Winter sonata dan Endless Love tayang</li> </ul>		<b>Ibu</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• lebih bebas</li> <li>• mau ketawa ngakak nggak apa-apa</li> <li>• Tidak perlu malu kepada ibu kalau menangis karena sedih atau senyum-senyum sendiri karena adegan dalam K-drama</li> </ul>		<b>Menonton sendiri</b>	<b>Gaya menonton K-Drama</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menonton DVD K-drama bersama-sama jika tidak ada acara di luar rumah</li> <li>• Kadang kita suka nonton bareng sih yang tayang jam 1/2 5 di Indosiar</li> </ul>		<b>Dengan keluarga</b>	<b>Dengan siapa</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ngasi tau ada K-drama baru</li> <li>• Ceritanya kaya gimana</li> <li>• Pemainnya siapa</li> </ul>		<b>Kakak</b>	<b>Topik obrolan</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adegan favorit</li> <li>• Adegan yang tidak disukai</li> </ul>	<b>Adegan per adegan</b>	<b>Peer group</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Baju, boots, model rambut</li> </ul>	<b>Fashion</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• kerennya gadget yang dipakai</li> </ul>	<b>Gadget</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Temen-temen pada nonton</li> <li>• Takut dikucilkan jika tidak tahu apa yang diobrolkan</li> </ul>	<b>Peer Group</b>	<b>Informan</b>	<b>Alasan menonton</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• comedy romance</li> <li>• menghibur</li> <li>• konflik ga bikin mikir banyak</li> <li>• lucunya dapet romancenya dapet</li> </ul>	<b>Genre/tema</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• aktor favorit</li> <li>• Ketampanan pemain</li> </ul>	<b>Pemain</b>				

<ul style="list-style-type: none"> <li>• cerita menarik tidak membosankan</li> <li>• konflik tidak mengada-ada seperti sinetron</li> <li>• K-drama bisa mengemas tema yang sebenarnya itu lagi itu lagi jadi menarik dan beda.</li> <li>• Menghibur</li> <li>• Konfliknya ga bikin mikir banyak</li> <li>• Lucunya dapet, romancenya juga dapet</li> <li>• yang membuat penasaran</li> <li>• adegan kissing sweet dan romantis</li> </ul>	<b>Jalan cerita/adegan</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Make up natural dan sesuai dengan adegan beda dengan sinetron yang berlebihan</li> </ul>	<b>Penampilan</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tempatnya bagus-bagu</li> </ul>	<b>Lokasi syuting</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• episodenya pendek tidak seperti sinetron yang kepanjangan</li> </ul>	<b>Jumlah episode</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• cerita zaman dulu/keluarga</li> </ul>	<b>Genre/tema</b>	<b>Ibu</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aktor pendukung tampan dan cantik</li> </ul>	<b>Pemain</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• konfliknya lebih masuk di akal, persolan sama seperti kehidupan sehari-hari, cerita dekat dengan keseharian</li> <li>• beda dengan sinetron yang konfliknya berlebihan dan mengada-ada</li> </ul>	<b>Jalan cerita/adegan</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• dandanan pemain wajar</li> </ul>	<b>Penampilan</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• episodenya pendek tidak seperti sinetron yang terlalu banyak</li> </ul>	<b>Jumlah episode</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Indah</li> </ul>	<b>Lokasi syuting</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menghibur</li> <li>• Konfliknya ga bikin mikir banyak</li> <li>• Lucunya dapet, romancenya juga dapet</li> </ul>		<b>Alasan</b>		

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Di ruang keluarga</li> <li>• Di kamar</li> </ul>		<b>Di rumah</b>	<b>Tempat nonton</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Di mangga dua</li> </ul>	<b>Tempat beli</b>	<b>DVD</b>	<b>Bentuk media</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• K-drama tersebut belum tayang di TV lokal</li> </ul>	<b>Alasan membeli</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• sekali seminggu</li> </ul>	<b>Frekuensi menonton DVD</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2-4 jam</li> </ul>	<b>Durasi</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bread, Love and Dreams</li> <li>• Naughty Kiss</li> <li>• Protect the Boss</li> </ul>	<b>Judul</b>	<b>TV</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ANTV, Indosiar, One channel</li> </ul>	<b>Stasiun TV</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pagi, siang, sore, malam</li> </ul>	<b>Jam tayang</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 jam</li> <li>• 1,5 jam</li> </ul>	<b>Durasi</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2x/minggu</li> <li>• 5x/minggu</li> </ul>	<b>Frekuensi</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Twitter @KdramaIndo</li> </ul>	<b>Online</b>	<b>Media</b>	<b>Informasi K-drama</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marista, Rini, Nia</li> </ul>		<b>Peer Group</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• upacara pernikahan, tata cara makan tradisional</li> </ul>			<b>Upacara tradisional</b>	<b>NILAI-NILAI BUDAYA</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nilai kekeluargaan yang kuat</li> <li>• Kepentingan keluarga harus didahulukan daripada kepentingan pribadi.</li> <li>• Bisnis keluarga ada masalah, seluruh anggota keluarga bahu-membahu mencari solusi</li> <li>• selalu berusaha menjaga kelangsungan bisnis tersebut apa pun yang terjadi</li> <li>• rela buat ngorbanin kepentingan pribadinya agar bisnis itu tetap utuh</li> <li>• Di K-drama Twinkle-twinkle. Bahkan anak perempuan tertua di keluarga itu rela mengorbankan cintanya pada kekasihnya agar bisnis keluarganya dapat</li> </ul>		<b>Kolektivitas</b>	<b>Nilai Hofstede</b>		

<ul style="list-style-type: none"> <li>terselamatkan.</li> <li>Selalu makan bareng keluarga</li> <li>Selalu berusaha menjaga kebersamaan keluarga</li> </ul>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>K-drama selalu nampilin gimana hormatnya orang Korea sama orang tuanya</li> <li>Penghormatan kepada orang yang lebih tua itu dijunjung tinggi banget sama orang Korea</li> <li>Ga hanya sama ke kedua orang tuanya mereka juga sangat menghormati kakek-neneknya</li> </ul>	<b>Penghargaan terhadap senioritas</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>selalu pake produk buatan Korea, gadget dan mobil terutama ya.</li> <li>Handphone orang Korea, mayoritas pasti Samsung kalo ga LG. Jadi ga heran kalau mereka adalah pengguna android terbesar di dunia</li> <li>Mereka kayanya punya kebanggaan sendiri kalau pake produk buatan Korea</li> <li>Itu hal yang bagus banget dan harus kita tiru</li> </ul>	<b>Nasionalisme</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Negara yang dulunya bukan apa-apa sekarang jadi negara yang diperhitungkan di dunia</li> <li>Jadi kekuatan ekonomi baru</li> <li>Budaya popnya digilai di seluruh dunia</li> </ul>				<b>DEFINISI KOREA</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>semaju apa pun negara mereka, nilai-nilai tradisi tetap dipertahankan</li> </ul>				<b>KARAKTER ISTIK MASYARAKAT KOREA</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Minimalis, warm</li> </ul>	<b>Interior rumah</b>	<b>Rumah</b>	<b>Barang elektronik</b>	<b>GAYA HIDUP</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Warna soft, pastel</li> </ul>	<b>Warna cat</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Pintu dengan kunci otomatis, cctv</li> </ul>	<b>Peralatan rumah tangga yang canggih</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Gadget touch screen dan seri terbaru</li> </ul>	<b>Gadget</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>baju musim dingin</li> </ul>	<b>Pakaian</b>	<b>Fashion</b>		

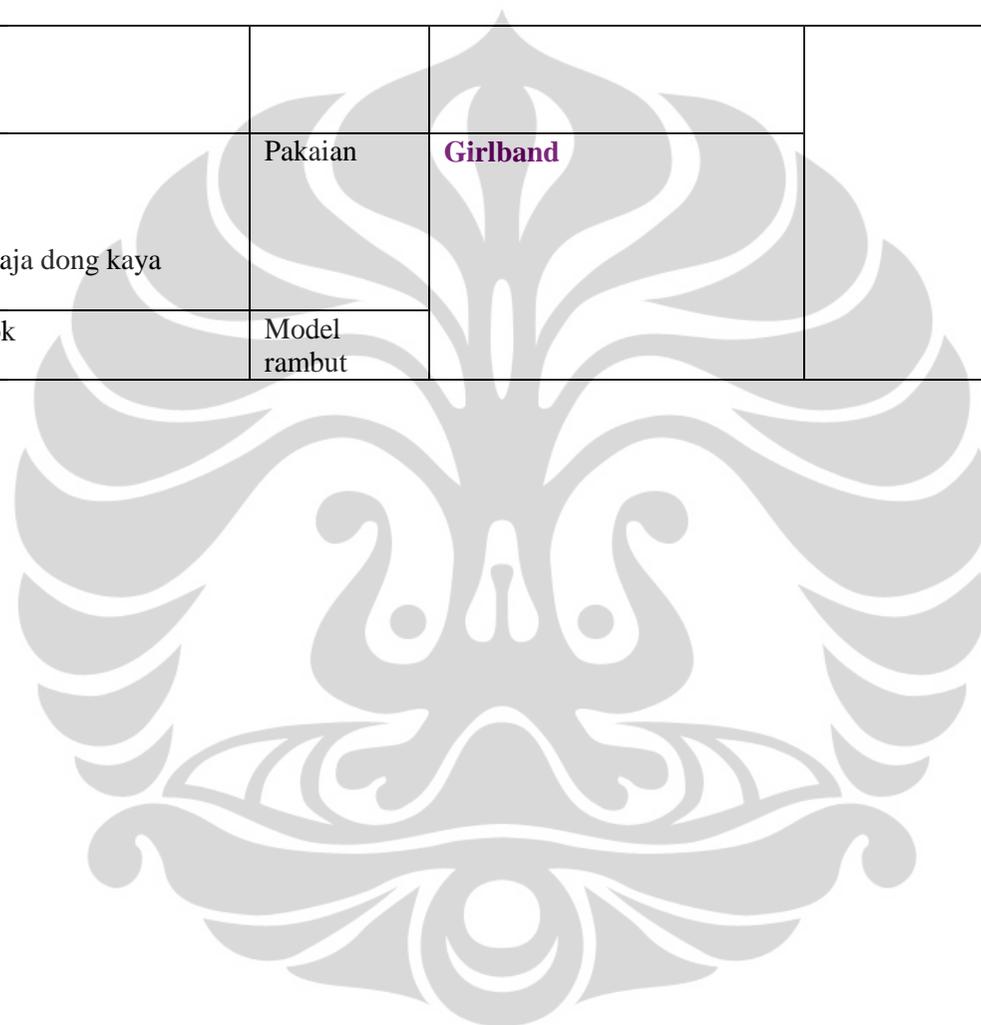
<ul style="list-style-type: none"> <li>• simple tapi stylish</li> </ul>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• bajunya suka pake warna-warna soft</li> <li>• warna-warni sih sebenarnya tapi yang lembut kaya ungu misalnya ungunya lembut ga ungu yang ngejreng dan bikin norak</li> <li>• warna-warna pastel</li> </ul>	<b>Warna</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Boots</li> </ul>		<b>Sepatu</b>			



		<b>Musik K-pop</b>	DEFINISI	<b>K-POP</b>
		<b>K-drama</b>		
		<b>K-culture</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• rumah tradisional, hanbok, upacara pernikahan</li> <li>• Sekitar 2006/2007</li> </ul>		<b>Tahun</b>	AWAL /PERKENALAN	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marista, sahabatnya</li> <li>• Video SUJU di Youtube</li> </ul>	<b>Online</b>	<b>Peer group</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Musiknya enerjik dan bikin semangat</li> <li>• Iramanya tuh ear-catching mungkin itu yang bikin orang suka biarpun ga tahu artinya apaan</li> <li>• jenis musik lebih variatif</li> </ul>		<b>Media</b>	ALASAN SUKA K- POP	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• dance-dance yang selalu dinamis dan tidak monoton jadinya orang tidak gampang bosan</li> <li>• selalu enerjik di setiap penampilan</li> </ul>		<b>Musik</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• para penyanyinya yang ganteng-ganteng dan cantik</li> <li>• stylish banget.</li> </ul>	<b>Penampilan</b>	<b>Dance</b>		
	<b>Fashion</b>	<b>Penyanyi</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Video klipnya juga bagus-bagus, apalagi yang girlband warnanya tuh selalu kaya candy-candy color gitu deh.</li> </ul>		<b>MV</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Suju dan Exo</li> </ul>		<b>Boyband favorit</b>	ARTIS	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hanya menonton konser K-pop yang diidolaknya</li> </ul>		<b>Nonton konser</b>	KONSER	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merasa sayang mengeluarkan duit untuk membeli tiket konser K-pop yang bukan idolanya</li> <li>• Suju ke sini masa aku ga nonton</li> <li>• dream come true</li> </ul>		<b>Alasan nonton konser</b>		

<ul style="list-style-type: none"> <li>• fest 1,7jt</li> </ul>			<b>Harga Tiket</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membeli tiket dengan uang tabungan sendiri</li> <li>• Sudah menabung uang tiket sejak 3 bulan yang lalu</li> </ul>			<b>Biaya Konser</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• mini dress, kadang pake dress yang pendek banget sampe ke pangkal paha, mana dressnya juga ngepas banget.</li> </ul>	<b>Dress</b>	<b>Karakteristik</b>	<b>Seksi</b>	<b>FASHION</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• hot pants, mini skirt yang mininya tuh mini banget</li> </ul>	<b>Bawahan</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bentuk pemberontakan</li> <li>• Menunjukkan kebebasan berekspresi</li> </ul>	<b>Nilai</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• fashion identity, pemberontakan dari segi fashion</li> <li>• tidak ada kaitan dengan sexual orientation</li> <li>• keberanian dalam menentang mainstream</li> <li>• Cantik banget sekaligus ganteng</li> </ul>	<b>Nilai</b>		<b>Androgyny</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pake blazer yang pendek yang ngatung gitu yang modelnya kaya blazer cewek ada rendan-rendanya</li> <li>• Suka pake baju warna pink</li> <li>• Pake bajunya warna-warna cerah kaya tadi pake pink</li> <li>• Warna dalam fashion tidak berpengaruh terhadap gender</li> </ul>	Pakaian	<b>Boyband</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rambutnya pirang, suka diiket ke atas gitu rambutnya kaya dicepol</li> <li>• Rambutnya diwarnain juga tapi warnanya bagus, dark blonde apa coklat gitu</li> </ul>	Model rambut			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• banget terus suka pake eyeliner</li> </ul>	Make up			

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pake make up</li> <li>• Pake lipgloss yang ada warnanya</li> </ul>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penampilannya persis kaya cowok</li> <li>• pake bajunya juga baju cowok gitu.</li> <li>• Pas premiere film I AM dia pake jas aja dong kaya cowok</li> </ul>	Pakaian	<b>Girlband</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Potongan rambutnya juga kaya cowok</li> </ul>	Model rambut				



<ul style="list-style-type: none"> <li>• ga jelas banget deh liriknya kaya gimana</li> </ul>	<b>Musik alay</b>	<b>Kualitas musik</b>	<b>INDO POP</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pop Indonesia selalu dan itu-itu aja, ga ada variasinya dan cenderung lebih membosankan</li> </ul>	<b>Monoton</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ST 12</li> </ul>		<b>Artis</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Meniru boyband/girlband Korea</li> </ul>	<b>Plagiat</b>	<b>Penampilan</b>	

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dari teman SMA dan kuliah</li> </ul>		<b>Peer group</b>	<b>Awal/perkenalan</b>	<b>J-POP</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gackt, Hyde</li> </ul>			<b>Artis</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• gayanya aneh-aneh dan berantakan</li> </ul>	Pakaian	<b>Androgyny</b>	<b>Fashion</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ala-ala rocker, gothic-gothic gitu, pake baju item</li> </ul>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• rambutnya suka dicat merah nyala, kuning ngejreng apa ijo</li> </ul>	Warna rambut			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• kutek item trus pake eyeliner atau make up</li> </ul>	Make up			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• androgyny merupakan bentuk pemberontakan dari segi fashion</li> <li>• keberanian dalam menentang mainstream</li> </ul>	Nilai			



**LAMPIRAN 5**  
**(Selective Coding)**

## **SELECTIVE CODING**

### **1. DIRI YANG KOREA**

Kegemaran informan terhadap K-pop tercermin dari kegiatan dan cita-citanya yang tidak lepas dari Korea. Setelah resign dari pekerjaannya, informan lebih sering berada di rumah. Sebagian besar waktunya dihabiskan untuk menonton K-drama yang tayang di TV. Bahkan terkesan jika kegiatan lainnya seperti membantu pekerjaan rumah tangga dan mencari lowongan kerja hanya dilakukan di sela-sela aktivitas tersebut. Saat hangout bersama peergroupnya di kala weekend kegiatan informan juga tidak lepas dari Korea. Mulai dari pemilihan restoran Korea hingga topik obrolan seputar K-drama dan musik K-pop. Dalam percakapan sehari-hari mereka juga sering menggunakan istilah Korea. Bahkan aplikasi chatting yang mereka gunakan untuk 'mengobrol' di smartphonenya adalah kakaoalk, sebuah aplikasi buatan Korea, yang memungkinkan penggunanya mendapat info terbaru dari boyband atau girlband Korea yang mereka 'follow'. Informan mengatakan kemampuannya berbahasa Korea dikarenakan dia sempat kursus bahasa Korea. Hal ini dilakukannya karena kegemaran terhadap boyband dan juga keinginannya mencari beasiswa S2 ke Korea. Cita-cita informan untuk ke Korea dan mendapatkan beasiswa S2 ke Korea salah satunya dipengaruhi peergroup. Pergi ke Korea bersama adalah salah satu kesamaan informan dan peergroupnya, selain sama-sama penggemar K-pop dan memiliki gaya berpakaian ala K-pop. Mereka bahkan telah menyusun daftar tempat-tempat yang ingin mereka kunjungi selama di sana. Tidak hanya itu, peer groupnya juga menjadi salah satu motivator informan untuk mencari beasiswa S2 ke Korea. Informan tadinya adalah mahasiswa S1 komunikasi di kampus Islam swasta di Jakarta Selatan. Oleh karena itu, informan ingin mencari beasiswa yang masih sesuai dengan latar belakang S1 nya. Sebagai sebuah institusi pendidikan, kampus informan juga memiliki peraturan yang ketat terkait pakaian ke kampus. Peraturan ini adalah peraturan tertulis dan berlaku bagi semua mahasiswa. Setiap mahasiswa diharuskan untuk berpakaian rapih dan sopan. Bahkan di papan peraturan juga ditunjukkan pakaian dan sepatu apa yang boleh dikenakan dan mana yang tidak.

Kesimpulan yang dapat ditarik adalah faktor terbesar yang mempengaruhi kegemaran informan terhadap K-pop adalah peergroup. Terlihat dari aktivitas informan bersama peer group dan juga kesamaan dan impian mereka yang semuanya serba Korea.

### **2. KEGIATAN MENONTON K-DRAMA**

Perkenalan informan dengan K-drama berawal saat kelas 6 SD saat menonton K-drama All About Eve. Saat itu alasan utamanya menonton adalah peergroup karena peergroupnya menonton K-drama dan informan takut dikucilkan jika tidak tahu apa yang diobrolkan peergroupnya. Kakak dan ibu informan juga penggemar K-drama bahkan ibunya telah menonton K-drama sejak K-drama pertama kali tayang. Alasan utamanya adalah karena sinetron semakin tidak jelas dan K-drama memiliki jalan cerita yang lebih masuk akal dan dekat dengan keseharian. Informan dan ibunya kadang menonton K-drama bersama. Namun, informan mengaku lebih suka menonton K-drama sendiri di kamarnya karena merasa lebih bebas dan tidak perlu malu jika menangis karena adegan drama. Informan juga kadang menonton DVD K-drama bersama kakaknya di saat weekend jika mereka berdua tidak ada acara di luar rumah. Informan juga sering mengobrol tentang K-drama dengan kakak dan peergroupnya. Namun, obrolan dengan kakak hanya

sebatas info seputar K-drama terbaru, sedangkan dengan peergroup segala hal mereka bahas mulai dari adegan, fashion hingga gadget. Setiap hari informan menonton K-drama yang tayang di TV. Sementara di weekend informan menonton K-drama di DVD. K-drama ini adalah K-drama baru yang memang belum tayang di TV. Saat weekend informan biasanya menonton maraton 2-4 disk, dengan durasi antara 2-4 jam. Informan biasanya memperoleh informasi tentang K-drama terbaru dari peergroupnya dan juga twitter @KDramaIndo yang di-follow-nya. Informan menonton K-drama di TV lima kali dalam seminggu, karena ada K-drama yang tayang 5x/minggu dan 2x/minggu. K-drama ini ada yang tayang pagi, siang, sore dan malam dengan durasi 1-1,5 jam. Judul K-drama yang ditonton informan di TV adalah Bread Love, and Dreams, Naughty Kiss, Protect the Boss, Fashion King dan Rooftop Prince. K-drama ini merupakan K-drama bergenre comedy-romance yang memang menjadi favorit informan. Hal ini dikarenakan genre ini cukup menghibur dan tidak membuat informan 'berpikir' banyak. Selain pengaruh peer group dan genre, faktor pemain, lokasi syuting yang indah, penampilan serta jalan cerita yang menarik adalah alasan informan untuk menonton K-drama. Informan juga menambahkan, alasannya menonton K-drama dikarenakan sinetron Indonesia yang 'kualitasnya' semakin buruk.

Kesimpulannya adalah peergroup juga memiliki peranan dalam kegiatan menonton K-drama informan terlihat dari alasan informan dalam menonton K-drama serta topik obrolan informan dengan peergroupnya yang sangat mendetail. Selain itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa frekuensi dan intensitas menonton K-drama informan sangat tinggi, tidak hanya saat weekdays namun juga weekend.

### **3. PEMAKNAAN TERHADAP K-DRAMA**

K-drama selalu menampilkan 'keberhasilan' Korea menjadi bangsa yang tadinya bukan apa-apa menjadi negara maju yang diperhitungkan di dunia internasional. Tidak hanya itu, K-drama juga selalu menampilkan karakteristik masyarakat Korea yang tetap mempertahankan nilai-nilai tradisi di tengah kemajuan bangsa. Hal ini ditunjukkan dari gaya hidup masyarakat Korea yang 'high tech' yang selalu menggunakan peralatan elektronik canggih, seperti cctv, pintu kunci otomatis, gadget touch screen. Selain itu juga, interior rumah yang minimalis dan fashion yang menjadi kiblat fashio baru dunia. Di sisi lain, mereka juga tidak melupakan ke-Korea-an mereka dengan selalu menampilkan upacara tradisional seperti upacara pernikahan dan tata cara makan tradisional dalam setiap K-drama. Tidak hanya itu, nilai-nilai budaya berupa nilai Hofstede, seperti kolektivitas, penghargaan terhadap senioritas dan nasionalisme yang bersumber pada ajaran Confucianism juga menjadi nilai yang 'wajib' ada dalam setiap K-drama. Nilai-nilai itu terwujud dalam nilai kekeluargaan yang kental, penghormatan kepada orang yang lebih tua dan kecintaan terhadap produk dalam negeri. Dari sekian banyak hal yang ditampilkan dalam K-drama nilai-nilai budaya adalah hal yang dimaknai dominan oleh informan. Informan menilai nilai-nilai budaya dalam K-drama adalah sesuatu yang baik dan patut ditiru.

Kesimpulannya informan memaknai dominan nilai-nilai Hofstede dalam K-drama karena adanya kesamaan dengan nilai budaya Indonesia. Ditambah lagi, di tengah masyarakat yang semakin individualis, nilai-nilai tersebut telah semakin terkikis. Hal ini membuat informan semakin kagum terhadap Korea karena mereka tetap mampu mempertahankan nilai-nilai tersebut di tengah kemajuan bangsanya.

#### 4. PEMAKNAN TERHADAP K-POP

Informan mengenal musik K-pop sejak 2006/2007 dari sahabatnya Marista, yang menyuruhnya untuk melihat MV Super Junior - Sorry sorry di Youtube. Sejak saat itulah informan menyukai musik K-pop hingga sekarang. Dari sekian banyak artis K-pop yang paling digemarinya adalah Super Junior dan EXO. Bahkan untuk menonton konser Suju, informan rela mengeluarkan uang 1,7juta yang ditabungnya khusus untuk membeli tiket konser. Alasan informan menyukai musik K-pop dikarenakan musik yang enerjik, gaya dance yang dinamis, MV yang colorful dan penyanyi yang tampan dan stylish. Alasan lainnya adalah karena musik pop Indo semakin monoton, plagiat dan bahkan 'alay'. Sehingga informan mencari alternatif musik lain untuk didengarkan. Hal yang paling menarik perhatian informan dari musik K-pop adalah fashion para bintang K-pop, yang identik dengan fashion seksi dan androgyny. Kedua hal ini adalah dua hal yang 'wajib' dalam musik K-pop. Informan memaknai keduanya secara negosiasi karena sekalipun informan melihatnya sebagai bentuk pemberontakan dan fashion identity namun informan tidak menerapkan gaya berpakaian tersebut dalam kesehariannya karena adanya batasan berpakaian dari ayahnya dan pengaruh peer group.

Kesimpulannya adalah peer group memegang peranan dalam memperkenalkan musik K-pop terhadap informan. Faktor *peer group* dan ayah ikut membentuk pemaknaan negosiasi informan terhadap fashion androgyny dan seksi.

