

## **BAB II**

### **KERANGKA PEMIKIRAN**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Dalam penelitian ini, referensi yang digunakan berupa karya skripsi yang memiliki persamaan dengan topik yang dipilih oleh penulis. Penelitian terdahulu yang pertama ditulis oleh Destevania Nurul Ghassani dan Rini Rinawati dengan judul “Konsep Diri Korean Role Play (Studi Fenomenologi pada Korean Role Player dalam Dunia Virtual Role Play World di Media Sosial Twitter). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan jenis penelitiannya adalah fenomenologi. Fokus penelitian yang diteliti oleh Ghassani dan Rinawati adalah menggambarkan makna *role play world* di media sosial Twitter bagi *Korean role player*, menggali motif *Korean role player* sehingga bergabung pada *role play world* di Twitter, mengeksplorasi transformasi konsep diri di dalam *role play world* dan di luar *role play world*.

Penelitian yang dilakukan oleh Ghassani hanya membahas konsep diri dan media baru Twitter sebagai *platform* yang digunakan oleh *Korean role player* dalam bermain peran. Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti akan menggunakan pendekatan studi kasus. Kesimpulan dari hasil penelitian yang diperoleh adalah *Role play World* merupakan sebuah tempat dimana seorang *role player* dapat mengisi waktu luangnya dan juga sebagai simulasi permainan dimana para *role player* dapat berinteraksi, mencari teman, dan sebagainya. Ghassani menyatakan ketika bermain *role play*, seorang *role player* dapat melibatkan perasaannya dalam kehidupan nyata kemudian melakukan interaksi dan pertukaran informasi melalui fitur-fitur yang ada di Twitter seperti *mention* atau *direct message*.

Dengan bermain peran dalam sebagai bagian dari *Korean role player* seorang individu dapat mendalami karakter dari idola yang diperankannya dan secara tidak langsung dapat mempengaruhi konsep diri seseorang. *Role play* juga dianggap sebagai suatu inovasi dalam konteks kreativitas melalui teknologi dan menjadi sebuah sarana bagi mereka untuk belajar hal baru salah satunya tata bahasa baik itu bahasa Indonesia, Inggris, maupun bahasa Korea.

Penelitian kedua yang akan dibahas oleh penulis adalah penelitian yang diteliti oleh Selma N. Ramadhiane dari Universitas Telkom Bandung. Judul penelitiannya adalah “Perubahan Identitas Diri dan Gaya Hidup di Kalangan Komunitas ELF Bandung (Studi Fenomenologi Mengenai Perubahan Identitas Diri dan Gaya Hidup di Kalangan Komunitas Penggemar Boyband Super Junior (ELF) Bandung”. Kesimpulan dari seluruh hasil yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan oleh Selma adalah seluruh partisipan yang diwawancarai mendapatkan dampak positif selama menjadi anggota komunitas ELF Bandung dan menyukai budaya K-Pop khususnya *boyband* Super Junior.

Sekalipun orang tua mereka tidak begitu menyetujui kegemaran anaknya tetapi para partisipan berusaha sebaik mungkin agar orang tua mereka mendukung kegemaran mereka. Sebelum para partisipan menyukai budaya K-Pop, mereka terlebih dahulu menyukai artis lokal dan barat. Gaya hidup menghemat untuk membeli barang dari artis yang disukai sebagai bentuk upaya mendukung artisnya tetap berkarya baru muncul ketika para partisipan menjadi penggemar budaya K-Pop. Sebelumnya mereka hanya sekedar menyukai lagu-lagunya tanpa memandang lebih jauh mengenai sosok artisnya. Selain itu, masing-masing partisipan memiliki *bias* atau member kesukaan yang membawa pengaruh sangat besar dalam kehidupan mereka. Keberadaan faktor komunitas ELF Bandung juga turut mendukung kehidupan mereka sebagai penggemar budaya K-Pop khususnya menjadi seorang ELF (penggemar *boyband* Super Junior).

Hasil lainnya mengatakan bahwa komunitas memiliki pengaruh dan peranan penting dalam perubahan identitas diri dan gaya hidup para partisipan. Dengan adanya komunitas ELF Bandung, para penggemar Super Junior ini tidak perlu kesulitan untuk mencurahkan segala keinginan mereka kepada sang idola karena komunitas yang ada ini dapat membantu memudahkan langkah tersebut. Melalui komunitas juga para partisipan dapat memiliki relasi yang lebih luas. Penelitian ini memiliki kesamaan karena membahas tentang komunikasi yang terjadi. Selain itu penelitian ini juga membahas identitas diri individu-individu yang ada dalam sebuah komunitas.

Penelitian terdahulu ketiga berjudul “Artikulasi Identitas Virtual *Roleplayer* dengan Karakter *K-Pop Idol* via Twitter” yang ditulis oleh Digna Tri Rahayu dari Universitas Airlangga. Dalam penelitian tersebut Rahayu menyebutkan teori Identitas yang dikemukakan oleh Anthony Giddens. Dalam dunia nyata pada umumnya yang terjadi adalah satu tubuh memiliki satu identitas tetapi dalam dunia maya, orang dapat memiliki lebih dari satu tubuh dan identitas (Rahayu, 2019, p. 5)). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan menggunakan teknik *purposive sampling* dan hasilnya adalah memperoleh 6 orang partisipan. Data yang diperoleh adalah hasil dari *in-depth interview* dengan partisipan. Para *role player* mulai bermain *roleplay* melalui media sosial Facebook, *Blackberry Messenger* (BBM), lalu kemudian Twitter. Awal mula para *role player* memutuskan terjun ke dunia virtual ini adalah rasa ingin tahu yang besar.

Seorang *K-Pop role player* juga dapat memerankan karakter yang memiliki jenis kelamin yang berbeda dengan mereka di kehidupan nyata. Istilah ini lebih dikenal sebagai *transgender* atau disingkat TG. Kesimpulan dari penelitian yang sudah dilakukan oleh Rahayu adalah identitas *real life* turut membentuk kehidupan *virtual* dari seorang *role player*. Identitas *virtual* tersebut bersifat dinamis, cair dan fleksibel artinya identitas *virtual* ini tidak akan pernah selesai dan selalu mengalami perubahan. *K-Pop role player* berhak untuk mengubah identitas mereka sewaktu-waktu.

Dari ketiga penelitian terdahulu yang sudah dibahas, terdapat beberapa perbedaan dengan apa yang akan diteliti dalam penelitian ini. Penelitian ini adalah penelitian ini akan menggunakan teori interaksionisme simbolik dan fokus kepada konsep diri dari para *K-Pop role player* sebagai penggemar *K-Pop* yang berasal dari generasi Y dan Z sedangkan penelitian terdahulu pertama fokus membahas konsep diri namun tidak spesifik terkait generasi dan membahas juga tentang Twitter sebagai *new media*. Penelitian terdahulu pertama dan penelitian ini sama-sama menggunakan fenomenologi. Kemudian penelitian terdahulu kedua memiliki tujuan penelitian yang berbeda dengan penelitian ini. Tujuan penelitian terdahulu kedua adalah untuk menjelaskan proses perubahan identitas diri dari anggota komunitas ELF Bandung sebelum hingga setelah menjadi seorang ELF. Sedangkan

tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui konsep diri penggemar K-Pop yang merupakan bagian dari K-Pop *role player* di kalangan generasi Y (Milenial) dan Z (Pasca-Milenial). Penelitian terdahulu ketiga membahas terkait identitas *virtual K-Pop role player* sedangkan penelitian ini akan membahas bagaimana para penggemar K-Pop mengonsepkan diri mereka sebagai seorang idola K-Pop dalam *role player* khususnya di Twitter.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

<b>Penulis</b>	Destevania Nurul Ghassani, Rini Rinawati	Selma N. Ramadhiane	Digna Tri Rahayu
<b>Judul</b>	Konsep Diri Korean Role Play (Studi Fenomenologi pada Korean Role Player dalam Dunia Virtual Role Play World di Media Sosial Twitter)	Perubahan Identitas Diri dan Gaya Hidup di Kalangan Komunitas ELF Bandung (Studi Fenomenologi Mengenai Perubahan Identitas Diri dan Gaya Hidup di Kalangan Komunitas Penggemar <i>Boyband</i> Super Junior (ELF) Bandung)	Artikulasi Identitas Virtual <i>Roleplayer</i> dengan Karakter <i>K-Pop Idol</i> via Twitter
<b>Tahun</b>	2017	2013	2019
<b>Metode</b>	Kualitatif, Fenomenologi	Kualitatif, Fenomenologi	Kualitatif, Analisis Deskriptif
<b>Teori</b>	Konsep Diri (William D. Brooks), Media Baru	Interaksionisme Simbolik (Mead & Blumer)	Teori Identitas (Anthony Giddens)

<p><b>Hasil</b></p>	<p><i>Role play World</i> merupakan sebuah tempat dimana seorang <i>role player</i> dapat mengisi waktu luangnya dan juga sebagai simulasi permainan dimana para <i>role player</i> dapat berinteraksi, mencari teman, dan sebagainya. Ketika bermain <i>role play</i>, seorang <i>role player</i> dapat melibatkan perasaannya dalam kehidupan nyata kemudian melakukan interaksi dan pertukaran informasi melalui fitur-fitur yang ada di Twitter seperti <i>mention</i> atau <i>direct message</i>. Adanya sesuatu yang baru pada kehidupan seorang <i>Korean role player</i> menumbuhkan rasa penasaran</p>	<p>1. Merupakan penggemar artis lokal sebelum menyukai Super Junior. Tidak terlalu memikirkan untuk membeli barang-barang seperti kaset, poster, dsb. Hanya sekedar menyukai karyanya tapi tidak melihat lebih dalam dari segi artisnya. Setelah menjadi penggemar Super Junior jadi lebih terdorong untuk mengetahui lebih dalam mengenai artisnya melalui media, lebih sering kumpul dengan teman satu komunitas, dan menghemat pengeluaran untuk membeli barang-</p>	<p>Tidak semua <i>K-Pop Roleplayer</i> menguasai Bahasa Korea terutama dalam hal membaca <i>hangul</i>. Jadi tidak semua <i>K-Pop Roleplayer</i> harus menguasai Bahasa Korea terutama <i>hangul</i>. Namun bagi seorang <i>K-Pop Roleplayer</i> yang memiliki kemampuan berbahasa Korea merupakan sebuah poin tambahan dalam melakukan pendalaman akan karakter yang diperankan. Terkait penentuan karakter yang diperankan dalam <i>roleplayer</i> dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu;</p> <p>1.) karena adanya kemiripan sifat karakter dengan sifat di <i>real life</i> para <i>roleplayer</i>,</p>
---------------------	---	---	---

	<p>dan rasa ingin tahu yang tinggi. <i>Role play</i> juga merupakan sebuah hiburan untuk mengisi waktu senggang. Pengalaman yang telah dialami oleh <i>Korean role player</i> dalam memainkan perannya dalam <i>role play world</i> di Twitter membawa perubahan konsep diri pada kehidupan nyata. Hal ini ditandai dengan perubahan sifat dari ramah dan mudah bergaul walau masih sedikit malu menjadi sosok yang lebih terbuka dan semakin percaya diri.</p>	<p>barang terkait Super Junior.</p> <p>2. Memiliki <i>bias</i> yang berpengaruh. Dengan adanya komunitas membuat status sebagai ELF tetap bertahan dan dapat bersosialisasi secara langsung atau <i>online</i>. Faktor dari keluarga khususnya orang tua juga turut membantu kehidupan sebagai penggemar agar tidak menjadi penggemar yang berlebihan.</p> <p>3. Komunitas ELF Bandung memberikan pengaruh besar bagi para penggemar yang merupakan anggota</p>	<p>2.) <i>visual</i> dari karakternya yang cantik dan terkenal,</p> <p>3.) karakter yang diperankan tidak banyak yang mengetahui (<i>rare</i>),</p> <p>4.) merupakan <i>bias</i> di <i>real life</i>.</p> <p>Seorang <i>K-Pop roleplayer</i> juga dapat memerankan karakter yang memiliki jenis kelamin yang berbeda dengan mereka di kehidupan nyata. Istilah ini lebih dikenal sebagai <i>transgender</i> atau disingkat TG. Selain itu para <i>K-Pop role players</i> menunjukkan proses glokalisasi melalui penggunaan bahasa dan juga dalam hal merayakan hari raya tertentu. Dalam hal penggunaan bahasa, para <i>K-Pop role players</i> mencampurkan</p>
--	---	---	---

		<p>dari komunitas tersebut. Melalui komunitas, para penggemar dapat bersosialisasi dan memperoleh teman baru. Selain itu para anggota juga dapat saling bertukar informasi dengan lebih mudah dengan teman satu komunitasnya,</p>	<p>unsur bahasa Korea dalam bentuk romaji kedalam bahasa Indonesia atau bahasa daerah. Terkait perayaan hari raya, para <i>K-Pop roleplayer</i> di Indonesia turut berpartisipasi dalam merayakan idul fitri.</p>
--	--	---	---

Sumber: Data Olahan Peneliti



## 2.2 Teori dan Konsep

### 2.2.1 Teori Interaksionisme Simbolik

George Herbert Mead merupakan seorang konstruktivis sosial yang yang mempercayai bahwa *mind*, *self* dan *society* yang lebih luas diciptakan melalui komunikasi – interaksi simbolik. Selain Mead, Herbert Blumer yang merupakan seorang murid dari Mead juga melanjutkan teori ini. Blumer mendefinisikan interaksionisme simbolik sebagai sebuah proses interaksi dalam rangka membentuk arti atau makna bagi setiap individu. Interaksionisme simbolik secara khusus menjelaskan tentang bahasa, interaksi sosial, dan reflektivitas (Fauzan, 2015, p. 37).

Dalam interaksionisme simbolik, Mead menjabarkan tiga konsep penting dalam bukunya yang berjudul *Mind, Self, and Society* (pikiran, diri, dan masyarakat). Mead menjabarkan pikiran sebagai kemampuan untuk menggunakan simbol yang memiliki makna sosial yang sama dan Mead juga percaya bahwa manusia harus mengembangkan pemikiran melalui interaksi sosial dengan orang lain. Untuk memahami lebih dalam terkait *mind*, *self*, and *society* sebagai bagian dari interaksionisme simbolik, Blumer menjabarkan tiga prinsip utama yaitu: makna (*meaning*), bahasa (*language*), dan pikiran (*mind*).

1. *Meaning: Humans act toward things on the basis of the meaning they assign those things.*

Premis pertama membahas tentang suatu rangkaian pemikiran atau perilaku yang dilakukan secara sadar. Dalam hal ini manusia bertindak atau bersikap terhadap manusia lainnya berdasarkan makna yang mereka asosiasikan kepada manusia lainnya. Pemaknaan tentang kenyataan bagi manusia pada hakikatnya berasal dari sesuatu yang diyakini sebagai kenyataan itu sendiri. Karena adanya kepercayaan maka muncul keyakinan bahwa hal itu nyata.

Hal ini terkait dengan konsep *mind* yang dikemukakan oleh Mead. Mead menjabarkan pikiran sebagai kemampuan untuk menggunakan simbol yang memiliki makna sosial yang sama dan Mead juga percaya bahwa manusia harus mengembangkan pemikiran melalui interaksi sosial dengan orang lain. Dengan menggunakan bahasa dan berinteraksi dengan orang lain, manusia kemudian bisa

mengembangkan pikiran, adanya pikiran membantu seorang manusia mampu menciptakan *setting* interior bagi masyarakat di luar diri manusia itu sendiri (Griffin, 2012).

Interaksi sosial di masyarakat selalu melibatkan aksi dan reaksi, namun kebanyakan tindakan manusia melibatkan kegiatan pikiran atau mental. Proses-proses berpikir, bereaksi dan berinteraksi timbul karena simbol-simbol dalam kelompok sosial itu mempunyai arti yang sama dan membangkitkan reaksi yang sama pada orang yang menggunakan simbol-simbol tersebut.

2. *Language: The meaning of such things is derived from, or arises out of, the social interaction that one has with others and the society.*

Blumer menyatakan bahwa pemaknaan itu muncul dari interaksi sosial yang ditukarkan di antara kedua individu. Makna tidak bisa muncul dengan sendirinya melainkan makna ada karena penggunaan bahasa (*language*). Dengan demikian, interaksi manusia dimediasi oleh penggunaan simbol dan makna, melalui interpretasi, atau dengan memastikan makna tindakan satu sama lain.

Hal ini sejalan dengan konsep *society* yang dikemukakan Mead. Mead melihat masyarakat sebagai kumpulan aktor individu yang membuat pilihan mereka (Griffin, 2012, p. 61). Tetapi individu-individu ini mengatur tindakan mereka dengan apa yang dilakukan orang lain dalam membentuk sistem kesehatan, sistem hukum, sistem ekonomi, dan lainnya.

Ada dua bagian penting dari masyarakat yang mempengaruhi pikiran dan diri yaitu orang lain yang secara khusus dan orang lain secara umum. Yang dimaksud dengan orang lain secara khusus adalah individu di dalam masyarakat yang signifikan bagi seseorang seperti anggota keluarga, teman, rekan kerja, kolega, dan lainnya. Sedangkan yang dimaksud orang lain secara umum merujuk pada cara pandang dari sebuah kelompok sosial atau kelompok budaya sebagai suatu keseluruhan.

3. *Mind: The Meanings are handled in, and modified through, an interpretative process used by the person in dealing with the things he/she encounters.*

Interaksionisme simbolik menggambarkan proses berpikir sebagai perbincangan dengan diri sendiri (*mind*). Keterlambatan dalam proses berpikir

seseorang yang terjadi ketika seseorang berpikir tentang apa yang akan mereka lakukan selanjutnya. Makna-makna ini ditangani, dan dimodifikasi melalui proses interpretif yang digunakan oleh individu dalam berurusan dengan hal-hal yang dia temui. Pemaknaan dan proses berpikir merujuk kepada bahasa. Menurut Mead, belum tentu semua individu dapat berpikir. Untuk dapat berpikir dibutuhkan bahasa untuk berkomunikasi secara simbolik. Dengan menggunakan bahasa dan berinteraksi dengan orang lain, manusia kemudian bisa mengembangkan pikiran, adanya pikiran membantu seorang manusia mampu menciptakan *setting* interior bagi masyarakat di luar diri manusia itu sendiri (Griffin, 2012, p. 58).

Prinsip ini sejalan dengan *self*. Mead mendefinisikan diri (*self*) sebagai suatu kemampuan untuk merefleksikan diri kita sendiri melalui perspektif orang lain. Mead berpendapat bahwa diri berkembang melalui sebuah jenis pengambilan peran yang khusus. Menurut Mead, *self* adalah sebuah proses yang masih berlangsung saat menggabungkan “*I*” dan “*me*”.

“*I*” adalah diri yang subjektif, yang spontan mendorong semua yang baru, tidak dapat diprediksi, dan tidak dapat terorganisir. Menurut riset tentang belahan otak manusia, “*I*” dinyatakan mirip dengan kreativitas otak kanan. Untuk mencoba melihat tentang “*I*” sebagai bagian dari konsep diri sama seperti melihat salju melalui mikroskop terang. Hal tersebut membuat salju hilang. Kita tidak dapat mengetahui “*I*” pada diri kita, karena jika kita mengetahuinya maka itu akan menjadi “*me*” (Griffin, 2012, p. 60).

“*Me*” dilihat sebagai objek, inilah gambar diri ketika seseorang memainkan peran orang lain. Dalam hal ini “*me*” memberikan arahan kepada “*I*” yang berfungsi untuk mengendalikan “*I*” sehingga hasilnya perilaku manusia dapat diramalkan atau setidaknya menjadi tidak begitu kacau. Mead memberikan contoh proses tersebut seperti: “*If the ‘I’ speaks, the ‘me’ hears*” (Jika ‘*I*’ berbicara, ‘*me*’ mendengar) dan “*the ‘I’ of this moment is present in the ‘me’ of the next moment*” (‘*I*’ saat ini adalah ‘*me*’ di saat berikutnya) (Griffin, 2012, p. 60).

Salah satu kontribusi terbesar Mead terhadap bagaimana kita memahami cara kita berpikir adalah konsep Mead tentang ‘seni berperan’ (*take the role of the other*).

*Take the role of the other* adalah proses di mana kita secara mental berimajinasi bahwa dirinya adalah orang lain yang sedang melihat kita (Griffin, 2012, p. 58).

Kehidupan individu kita sebagai orang biasa pastinya berbeda jauh dengan kehidupan karakter yang dimainkan. Tetapi melalui *role play*, kita harus berimajinasi bahwa kita adalah seorang idola K-Pop yang memiliki jadwal padat. Terkadang menjadi seorang *role player* juga tidak selamanya harus *stick with rules* sebagai “idola K-Pop”. Melalui *role play*, seorang individu dapat menambahkan *twist* kedalam perannya.

Ketika seorang penggemar K-Pop menjadi seorang *role player*, mereka memilih karakter yang sesuai dengan *personality* atau memilih bias yang disukainya. Ketika idola yang diperankannya memiliki kegiatan promosi di *Music Show* maka sebagai pelaku *role player* mereka harus melakukan *update* terkait kegiatan mereka. Sedangkan pada kehidupan nyata sebagai orang Indonesia, *update* tersebut tidak dapat dilakukan secara tepat waktu karena setiap individu yang menjadi pelaku K-Pop *role player* dapat memiliki kesibukan yang berbeda. Namun hal ini dapat dilakukan jika seseorang benar-benar mendedikasikan kegiatan *role playing* tersebut.

### **2.2.2 Konsep Diri**

Dalam teori interaksionisme simbolik konsep diri merupakan salah satu fokus utama dari teori tersebut. Menurut William D. Brooks konsep diri merupakan “*those physical, social, and psychological perceptions of ourselves that we have derived from experiences and our interactions with others.*” Artinya konsep diri adalah pandangan dan perasaan tentang diri kita yang kita alami berdasarkan pengalaman pribadi atau dari interaksi dengan orang lain. Persepsi itu dapat berasal dari sisi fisik, sosial, dan psikologis. Mead menyatakan bahwa konsep diri (*self*) yang ada pada manusia merupakan sebuah ciri khas dan tidak dimiliki oleh binatang (Griffin, 2012, p. 60). Konsep diri memiliki dua asumsi tambahan yaitu (Yuniati, Yuningsih, & Nurahmawati, 2015, p. 440):

1. Individu-individu mengembangkan konsep diri melalui interaksi dengan orang lain.

2. Konsep membentuk motif yang penting untuk perilaku.

Charles P. Cooley menyatakan bahwa konsep diri merupakan bayangan cermin yang ditentukan sebagian besar oleh peran dan hubungan dengan orang lain dan bagaimana reaksi orang lain terhadap individu (Rahmat, 1996, dalam Ernawati, 2016, p. 20). Mead bersama dengan Cooley menjabarkan konsep *looking-glass self*. Mead dan Cooley mengklaim bahwa konsep diri seseorang merupakan hasil asimilasi dari penilaian orang lain terhadap dirinya. *Looking-glass self* merupakan pengembangan dari premis Mead terkait *self*. *Looking-glass self* adalah seakan-akan kita bercermin dan membayangkan diri kita menjadi orang lain. Konsep diri bukan hanya sekedar gambaran tetapi merupakan sebuah penilaian terhadap diri sendiri. *Looking-glass self* memiliki tiga langkah dalam membentuk gambar diri yaitu:

1. *We imagine how we appear to another person.*

Pada tahap ini diri kita membayangkan hal-hal apa saja yang sekiranya dilihat oleh orang lain pada diri kita. Karena pada kenyataannya kita tidak mengetahui bahkan tidak bisa mengetahui bagaimana sebenarnya diri kita di mata orang lain. Contohnya penggunaan bahasa “aku” dan “kamu” dalam percakapan sehari-hari. Gambaran diri yang ingin dibentuk melalui penggunaan “aku” dan “kamu” adalah personal, akrab, dekat. Berbeda ketika kita menggunakan bahasa daerah seperti “*wa*” dan “*kau*” artinya gambaran diri kita menurut pandangan orang lain adalah orang yang berasal dari daerah Sumatera yang logatnya masih melekat pada dirinya.

2. *We imagine what judgements that person makes of us based on our appearance and the way we present ourselves.*

Pada tahap ini kita mencoba berbagai macam cara agar orang lain melihat kita sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan. Contohnya ketika seseorang mulai mencoba gaya berpakaian yang baru, model rambut baru. Selain itu seseorang juga mencoba mempelajari apa yang menjadi tren sehari-hari agar orang lain melihat bahwa dirinya merupakan seorang yang *up to date*, dan sebagainya.

3. *We imagine how that person feels about us, on the basis of the judgements they've made.*

Dalam hal ini seseorang mulai memiliki spekulasi sendiri terhadap pandangan orang lain kepada dirinya. Seseorang tidak dapat mengetahui bagaimana pendapat orang lain terhadap dirinya tetapi orang tersebut dapat mengandalkan imajinasinya. Gambaran diri seseorang tidak dibentuk melalui diri sendiri melainkan berdasarkan imajinasi dan pendapat orang lain.

### **2.2.3 Budaya Populer K-Pop**

Budaya populer merupakan objek komersial yang diproduksi massa melalui konsumen non-diskriminatif (Storey, 2018). Berdasarkan sejarahnya, budaya populer awalnya berkembang di Eropa untuk membedakan status atau kelas sosial antara kalangan atas dan kalangan bawah. Budaya populer memiliki keterkaitan dengan kehidupan sehari-hari contohnya seperti gaya berpakaian, musik, transportasi, dan hal-hal lain yang dapat dinikmati semua kalangan atau kalangan tertentu. Keberadaan budaya populer juga tidak lepas dari adanya media massa yang menjadi salah satu faktor tersebar luasnya budaya populer ini (Wiana, 2017, p. 3).

Tidak ada budaya dominan yang populer, karena budaya populer terbentuk selalu sebagai reaksi terhadap, dan tidak pernah sebagai bagian dari, kekuatan dominasi. Budaya populer diproduksi di bawah kondisi subordinasi. Budaya populer juga bisa dikaitkan dengan kehidupan sehari-hari yang terbentuk karena adanya orang-orang yang menikmatinya.

Budaya populer K-pop atau biasa dikenal dengan nama *Hallyu* muncul sejak tahun 1980-an di Korea Selatan. Berawal dari situasi Korea Selatan sebelum mengalami reformasi yang sangat sulit mendapat informasi melalui media massa. Setelah tahun 1987 ketika media massa seperti radio dan televisi mulai mendapatkan akses, saat itu orang-orang Korea Selatan mulai terpengaruh oleh musik-musik dari luar negeri salah satunya musik kontemporer Amerika. Awal masuknya K-Pop di Indonesia ditandai dengan kemunculan beberapa serial televisi

atau drama Korea yang ditayangkan di salah satu stasiun televisi swasta di Indonesia. Puncak ketenaran dari K-Pop di Indonesia muncul karena adanya tren dari lagu ‘Sorry Sorry’ yang di populerkan oleh Super Junior pada tahun 2009.

Melalui hal inilah K-Pop disebut sebagai budaya populer karena berdasarkan definisi yang sudah dijabarkan, K-Pop memproduksi konten secara massal, disebarakan melalui media baru berupa Youtube, Twitter, dan lainnya. Hasil produksi ini kemudian dinikmati oleh banyak orang. Keberadaan K-Pop di Indonesia sendiri tidak terlepas dari penggemarnya. Para penggemar memiliki latar belakang, gaya hidup, dan preferensi yang berbeda. Sebagian besar penggemar K-Pop memiliki kegemaran untuk mengoleksi album atau *merchandise* dari idola kesukaannya. Pihak idola sebenarnya hanya memproduksi untuk penggemar di Korea saja tetapi adanya minat yang tinggi dari penggemar luar negeri membuat produk-produk tersebut dapat masuk ke negara lain selain Korea. Begitu pula halnya dengan drama Korea yang ditayangkan di stasiun televisi Indonesia, hal ini dilakukan untuk menjangkau *audience* lebih luas agar budaya K-Pop dapat semakin dikenal luas di kalangan masyarakat.

#### **2.2.4 Konsep *Fandom***

*Fandom* adalah salah satu cara di mana khalayak dapat menjadi aktif dan berpartisipasi dalam mengkreasikan makna dari sebuah teks dalam media. Henry Jenkins dalam buku yang berjudul *Textual Poacher: Television and Media Participatory Culture* mendefinisikan kata ‘*fan*’ merupakan singkatan dari ‘fanatik’ yang berasal dari bahasa Latin yaitu ‘*fanaticus*’ yang artinya adalah keterikatan kepada suatu kuil, hamba di kuil/bait suci, seorang penyembah. Seiring perkembangan zaman, kata ‘fanatik’ tidak hanya digunakan untuk bentuk tertentu dari suatu kepercayaan atau agama dan penyembahan yang berlebih tetapi digunakan sebagai “antusiasme yang berlebihan dan keliru”.

Hal ini sering digunakan untuk menggambarkan kritik terhadap keyakinan politik yang berlebihan dan bahkan merupakan sebuah kemungkinan hasil dari kerasukan iblis atau roh jahat. Awalnya kata ‘*fan*’ ini muncul sekitar akhir abad ke-19. Kata ini dipakai oleh jurnalis olahraga untuk menggambarkan pengikut dari tim

olahraga profesional khususnya *baseball* ketika saat itu olahraga merupakan kegiatan partisipatif dan sekarang menjadi *spectator event*.

Dikutip dari artikel yang ditulis oleh Shane Tilton, level aktivitas dari sebuah fandom sebagai berikut:

1. *A Particular Reception Mode*

Dalam level ini seorang penggemar menonton teks yang ada di televisi dengan perhatian khusus dan tidak terbagi. Mereka melihatnya berulang kali menggunakan perangkat lain untuk mendalami setiap *detail* yang ada dan menterjemahkan proses penerimaan ini menjadi interaksi sosial dengan penggemar lain. Interaksi yang terbentuk meliputi *sharing*, menceritakan dan berdebat terkait makna yang mereka dapat.

2. *Particular interpretive practice*

Penggemar menciptakan hubungan kuat antara kehidupan mereka dan realita yang ada pada film, buku, atau serial yang dinikmatinya. Contohnya adalah penggemar K-pop yang menjadi bagian dari *role player*. Karena mereka mengkonsepkan diri sebagai idola K-Pop maka mereka memiliki hubungan antara kehidupan nyata dan pada dunia sebagai *role player*.

3. *A base for consumer activism*

Para penggemar akan mengorganisir dalam memerangi "relatif tidak berdaya" yang biasanya dimiliki penggemar dalam hubungannya dengan kekuatan budaya dan ekonomi besar-besaran yang dimiliki oleh penerbit komik dan organisasi media pada umumnya. Hal ini membuat para penggemar bersatu untuk menaikkan kritik mereka terhadap suatu karya. *Fandom* menyediakan sebuah sarana untuk para penggemar menyampaikan aspirasi mereka terkait preferensi budaya yang mereka dan menegaskan keinginan mereka untuk pengembangan alternatif.

4. *Cultural production and practices*

Pada level ini penggemar akan cenderung menciptakan karya yang berbicara dengan tradisi estetika dan praktik *fandom*. Istilah populer untuk karya-karya itu adalah "*fan fiction*." Karya-karya ini bertindak sebagai jenis modal budaya yang menunjukkan investasi penggemar terhadap karya



mediasi favorit mereka dan sebagai artefak yang dapat diberikan kepada orang lain di *fandom*. Seorang *role player* juga dapat menciptakan sebuah karya kreatif berupa *plot*, membuat desain yang menarik untuk dipajang menjadi *pinned tweet*, membuat *card* atau *padlet* untuk dijadikan sarana promosi atau sebagai sarana untuk memperkenalkan karakter sang idola dengan cara kreatif.

#### 5. *Alternative social communities*

Argumen Jenkins terkait level ini berfokus pada *fandom* merupakan komunitas utopia. Pengakuan para penggemar bahwa *fandom* menawarkan tidak hanya pelarian dari kenyataan sebagai realita alternatif yang nilainya mungkin lebih manusiawi dan demokratis daripada yang dipegang oleh masyarakat duniawi. *Role player* dapat disebut sebagai komunitas tersendiri dimana seseorang dapat merasa lebih aman menjadi orang lain daripada menjadi dirinya sendiri. Ketika dia sedang menghadapi suatu masalah pada kehidupan nyata, pelariannya adalah *role player*. Dengan mengonsepan diri menjadi seorang idola K-Pop, seorang penggemar dapat membangun relasi dengan banyak orang baik itu sesama idola atau mungkin aktor/aktris.

### 2.2.5 **Generasi Y**

Penamaan generasi Y diambil dari kata '*youth*' dan memiliki nama lain yaitu generasi Milenial. Generasi ini merupakan generasi yang sudah mengenal teknologi terutama Internet. Karakteristik dari generasi ini cenderung *open minded*, kritis, dan berani. Generasi Milenial mudah untuk menerima perubahan dan lebih tertarik untuk menikmati hidup dengan cara mereka sendiri. Generasi Milenial juga cenderung memiliki pergaulan secara virtual, hal ini sejalan dengan gaya hidup seorang penggemar K-Pop yang menjadi pelaku K-Pop *role player*.

K-Pop *role player* dari generasi Milenial dengan mudah menerima perubahan yang terjadi pada lingkungannya. Ketika seseorang merasa bosan dengan karakter yang diperankannya saat ini, mereka berhak untuk memulai hidup baru dengan karakter baru. Sebagai pelaku K-Pop *role player*,

generasi Milenial dapat menyesuaikan diri dengan mudah sesuai dengan idola yang diperankan.

#### **2.2.6 Generasi Z**

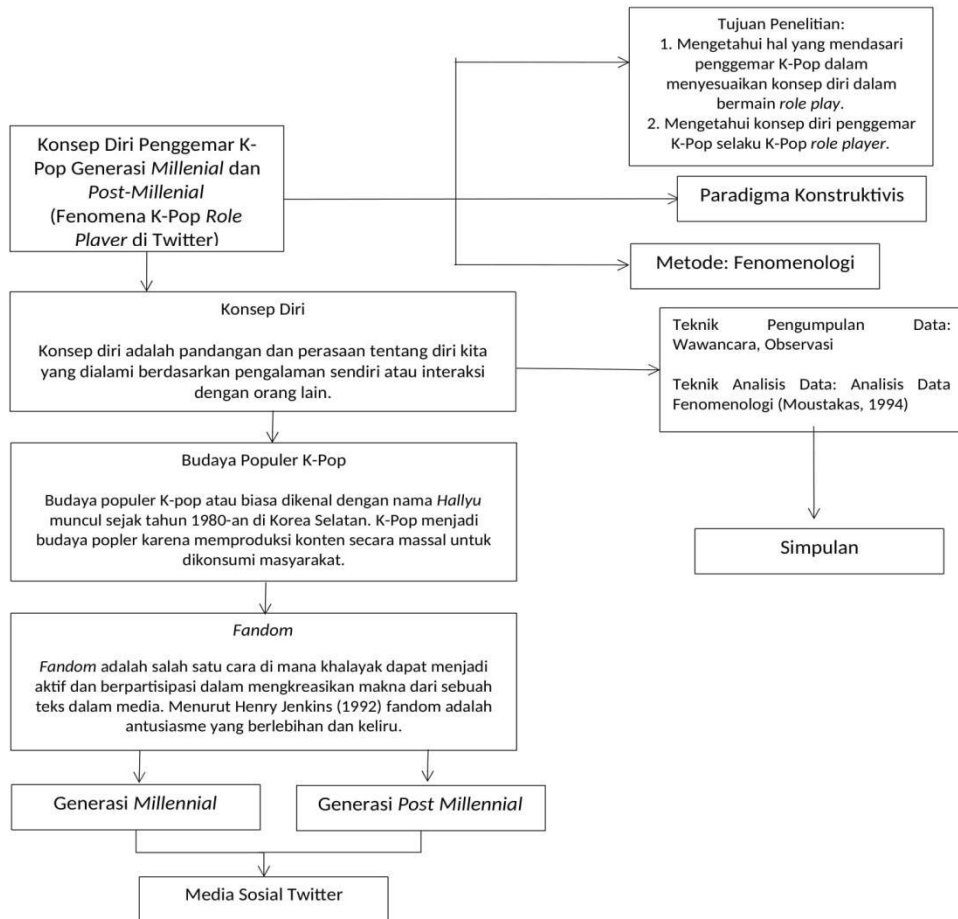
Generasi Z erat dikaitkan dengan keberadaan teknologi yang semakin mengalami kemajuan. Menurut Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (Kemenpppa), generasi Z disebut juga Pasca-Milenial. Karakteristik generasi Z yang paling terlihat adalah penggunaan bahasa atau *slang* yang tidak diketahui generasi sebelumnya. Generasi Z juga sangat aktif secara *online* di berbagai *platform* virtual. Selain itu generasi Z cenderung praktis dan tidak mengenal “penderitaan”.

Dalam konteks K-Pop *role player*, hal ini terlihat dari penggunaan bahasa Indonesia sehari-hari disertai istilah-istilah baru atau *slang*. Dibandingkan generasi Y, generasi ini jauh lebih sering terlihat *online*. Beberapa K-Pop *role player* dari generasi Z memiliki lebih dari satu akun Twitter.

### **2.3 Alur Penelitian**

Alur penelitian digunakan untuk memperjelas pemahaman terkait teori/konsep yang digunakan dalam penelitian, bentuk lebih ringkas dapat dilihat melalui bagan berikut:

Bagan 2.1 Alur Penelitian



Sumber: Data olahan peneliti