

BAB I

PENDAHULUAN

LATAR BELAKANG MASALAH

Munculnya *Korean Wave* dengan berbagai atribut ke Koreaannya tersebut menunjukkan betapa besarnya hegemoni *Korean Wave* yang telah berhasil menyihir dan menghipnotis masyarakat khususnya generasi muda untuk tenggelam dalam budaya Korea. *Korea Wave* pun memiliki pengaruh yang besar dalam terjadinya degradasi atau penurunan jati diri generasi muda Indonesia dikarenakan *Korean Wave* mampu mempengaruhi pola hidup maupun cara berpikir masyarakat yang dipengaruhi kekuatan budaya Korea terlebih didukung keberadaan publik figur Korea. Peran idola yang diidolakan menjadi sangat penting bagi para pencita Korea untuk mau mengkonsumsi, mengikuti hingga mengadopsi budaya Korea pada kehidupan mereka. Idola Korea dibuat sangat menarik terutama pada penampilan fisik mereka, disamping bakat-bakat yang dimiliki hingga kemudian berhasil mempengaruhi pada setiap kehidupan para penggemar Korea yang ada Indonesia.

Indonesia sendiri sebenarnya baru mengalami *booming* Hallyu lewat serial drama *Endless Love* yang judul aslinya *Autumn in My heart* pada tahun 2002. Drama yang dibintangi oleh Song Hye Kyo sukses menyedot perhatian penonton Indonesia, yang saat itu justru sedang dalam pengaruh drama mandarin/Taiwan, seperti *Meteor Garden* (2001), Putri Huan Zhu (1998), termasuk boyband F4 dan sebagainya. Kehadiran *Endless Love* (2000) yang sampai diputar berulang-ulang, seperti membawa warna baru, menyusul drama-drama lain seperti *Winter Sonata* (2002), *Memories in Bali* (2004) dan sebagainya.

Salah satu keistimewaan Drama korea, tidak hanya fokus pada cerita pada dramanya, tapi juga mengemasnya dengan OST (*soundtrack*) yang khusus dibuat untuk drama tersebut, sehingga lagu korea pun kemudian menjadi populer. Bila Drama korea (Drakor), bisa populer dengan bantuan dubbing ataupun subtitle, maka lagu korea menjadi populer sendiri meskipun dengan bahasa korea. Hal tersebut menjadi pembuka masuknya K-Pop, meskipun sudah didahului oleh boyband Taiwan F4 yang juga merupakan bagian dari drama mandarin *Meteor Garden*. Jauh sebelumnya, sebenarnya melalui drama pendekar Rajawali (Andy Lau), soundtracknya juga populer namun dinyanyikan ulang oleh penyanyi Yuni Shara dalam bahasa Indonesia.

Inilah yang membedakan dengan lagu korea, ataupun K-Pop karena mereka tetap dalam bahasa korea, namun secara cepat meraih popularitas hingga sekarang. Hal yang tidak bisa

dipatahkan oleh Jepang (J-Pop), America Latin yang populer oleh Telenovela, ataupun India. Korea (selatan) secara perlahan meraih popularitas yang tidak mudah tergantikan, bahkan semakin lama semakin mengakar. Terbukti dengan Fansclub mereka yang tetap eksis, penggemar mereka yang terus bertambah, menyentuh berbagai kalangan, tidak lagi bergantung pada Televisi. Dengan kata lain internet membuat gelombang Hallyu memperoleh tempat tersendiri di Indonesia.

Gelombang K-Pop sebenarnya baru sangat mewabah di tahun 2009-2010 meski sudah ada BigBang, *Shinee* yang pertama kali ke Inonesia tahun 2010, kemudian Super Junior (SuJu) tahun 2011, Girls Generation (SNSD), Bigbang tahun 2012 dan solois seperti G-Dragon, meski hanya sekedar *fanmeeting* bukan konser, membuktikan bahwa K-Pop memang mendapat tempat di Indonesia. Meskipun sebenarnya di awal tahun 2003, sudah ada solois BoA, yang mendunia hingga berkolaborasi dengan Britney Spears. Tahun 2010 Shinee datang ke Indonesia menurut Kompas (12 Oktober 2010), terjual 2500 tiket dari 15000 permintaan, kemudian popularitas *Wonder Girls* dan *Super Junior* menggeser genre musik lokal yang saat itu didominasi oleh musik semi-melayu. Mungkin juga dukungan internet yang semakin mudah, sehingga Boyband/Boygirl semakin mudah diakses. Remaja semakin terbius oleh pesona K-Pop yang dibawa boyband dan Girlband. Fanatisme yang berlebihan pun menjadi kekhawatiran bagi para orangtua, maupun masyarakat.

Kekhawatiran tentang budaya Korea yang menurut pandangan mereka dibawa oleh K-Pop, berpengaruh pada budaya Indonesia bahkan agama. Stigma Negatif pun dilekatkan pada K-Pop maupun K-Popers (istilah untuk penggemar K-Pop), bahkan dikaitkan dengan agama, budaya dan moral. Fenomena inilah yang diungkapkan dalam penelitian ini yaitu bagaimana fenomena budaya K-Pop di kalangan Mahasiswa FISIP Universitas Airlangga. Penelitian ini sebagai penelitian kualitatif mengungkapkan bagaimana mahasiswa di FISIP Universitas Airlangga memaknai K-Pop dan memandang dirinya sebagai penggemar K-Pop.

Berkembangnya budaya Korea di Indonesia merupakan perwujudan globalisasi dalam dimensi komunikasi dan budaya. Globalisasi dalam dimensi ini terjadi karena adanya proses mengkreasikan, menggandakan, menekankan, dan mengintensifikan pertukaran serta kebergantungan informasi dalam dunia hiburan, dalam hal ini adalah dunia hiburan Korea. Ketergantungan ini masih dalam dimensi konkret. Meskipun demikian, jika *Korean Wave* ini tidak disertai dengan apresiasi terhadap kebudayaan nasional, maka dikhawatirkan ekstensi kebudayaan nasional bergeser nilainya menjadi budaya marginal (pinggiran) apalagi prosentase terbesar penerima *Korean Wave* di Indonesia adalah remaja. Padahal remaja merupakan tonggak pembangunan nasional.

Pola gaya remaja yang meniru gaya dalam budaya Korea membuat para remaja menjadi korban mode, para remaja membeli apa saja yang dilihat dalam budaya Korea serta apa yang digunakan idola mereka, hal ini berdampak kepada pola gaya hidup remaja. Contohnya gaya berpakaian dalam budaya Korea dimana sering menggunakan *coat*, sehingga banyak sekali remaja yang menggunakan *coat* yang sering digunakan di negara Korea.

Budaya baru tersebut telah merasuki masyarakat dari berbagai kalangan terutama remaja yang kemudian mereka sudah banyak yang melupakan budaya asli negaranya, dan lebih memilih budaya baru tersebut. Diantaranya adalah maraknya budaya Korea yang saat ini menjamur di Negara Indonesia yang membuat budaya asli Indonesia semakin terkikis dan bahkan kemungkinan bisa ditinggalkan oleh masyarakat Indonesia itu sendiri, karena budaya asli tersebut dianggap budaya kuno yang ketinggalan zaman. Bahkan banyak masyarakat yang enggan melestarikan dan mempelajari budaya asli Indonesia, yang seharusnya budaya tersebut di lestarikan karena termasuk aset bangsa Indonesia.

Pada awalnya kajian tentang budaya populer tidak terlepas dari peran Amerika Serikat dalam memproduksi dan menyebarkan budaya populer, antara lain melalui televisi, *McDonald*, *Hollywood*, dan industri animasi mereka (*Walt Disney*, *Looney Toones*, dll). Namun perkembangan selanjutnya memunculkan negara-negara lain yang juga berhasil menjadi pusat budaya populer seperti Jepang, Hongkong, dan kini Korea Selatan.

Budaya populer sendiri merupakan efek dari globalisasi. Globalisasi merupakan fenomena khusus yang bergerak terus dalam masyarakat global dan merupakan bagian dari proses manusia global itu sendiri. Globalisasi meleburkan budaya barat dan budaya timur menjadi satu dan tidak akan pernah terpisah. Hal ini yang memudahkan Korea sebagai budaya populer lebih cepat dan mudah menyebar keseluruh dunia.

Fenomena *Korean Wave* yang terjadi di Indonesia khususnya di FISIP Universitas Airlangga. *Korean Wave* mampu mempengaruhi gaya hidup dan cara berpikir mahasiswa FISIP Universitas Airlangga yang dipengaruhi. Jika diperhatikan mahasiswa FISIP Universitas Airlangga yang meniru gaya artis Korea mulai dari cara berpakaian, model rambut, cara berkomunikasi dengan menggunakan bahasa-bahasa budaya Korea dan segala sesuatu yang berhubungan dengan budaya Korea.

Rasa fanatik mahasiswa FISIP Universitas Airlangga akan budaya K-pop dapat dilihat dari semakin aktifnya menggunakan internet karena internet salah satu akses mereka dalam mengetahui perkembangan idola mekera. Mahasiswa FISIP Universitas Airlangga yang menyukai budaya K-pop tidak hanya mengikuti *fashionnya* saja, melainkan mereka juga senang mengcover lagunya, mengcover tariannya (*dance cover*), dan mengikuti acara acara yang berbau dengan Korea. Mahasiswa FISIP Universitas Airlangga yang mengikuti berbagai kegiatan yang berbau dengan budaya Korea seperti halnya mengikutin *dance cover*, *dance cover* tersebut merupakan tarian dari *girlband* dan *boyband* asal Korea yang kemudia ditiru gerakannya oleh beberapa remaja yang mengidolakan *girlband* dan *boyband* tersebut. Selain mengcover dance mahasiswa FISIP Universitas Airlangga juga mengcover lagu-lagu yang dibawakan oleh artis-artis Korea.

Pola gaya mahasiswa FISIP Universitas Airlangga yang meniru gaya budaya Korea ini membuat mahasiswa FISIP Universitas Airlangga menjadi korban mode. Dari korban mode itu membuat mahasiswa FISIP Universitas Airlangga membeli apa saja yang dilihat dalam budaya Korea

tersebut agar dapat terlihat seperti tokoh yang di idolakannya. Perilaku tersebut membuat mahasiswa FISIP Universitas Airlangga cenderung hanya meniru apa yang mereka liat sehingga muncul perilaku imitasi terhadap remaja yang meniru gaya budaya Korea.

Aktivitas K-pop yang mahasiswa FISIP Universitas Airlangga lakukan disadari oleh keinginan mereka sendiri akan perasaan puas yang timbul setelahnya. Pengekspresian K-pop sendiri sudah menjadi aktivitas yang tak bisa dihindari dalam kehidupan sehari-hari, bahkan apabila penggemar tersebut sudah berada pada taraf fanatik maka apabila dalam satu hari tidak mendengarkan, menonton, atau mengonsumsi hal-hal yang berkaitan dengan K-pop terasa ada yang kurang.

Kecintaan terhadap idolanya membuat mahasiswa FISIP Universitas Airlangga tidak segan-segan untuk menghabiskan waktu dan biaya yang tidak sedikit bagi kegiatan kegemaran mereka bersama para penggemar lainnya. Aktivitas yang mahasiswa FISIP Universitas Airlangga lakukan lebih berbicara mengenai kenikmatan yang dicapai sebagai pelampiasan akan hasrat perasaan rindu yang terpendam terhadap sang idola. Para mahasiswa FISIP Universitas Airlangga yang menggemari K-pop mempunyai cara sendiri dalam menunjukkan pada masyarakat jika identitas mereka sebagai penggemar K-pop. Mereka menunjukkan symbol-simbol khusus, baik dari gaya, gerak-gerik, bahasa yang digunakan dan sebagainya untuk dapat menunjukkan bahwa mereka adalah penggemar K-pop.

Menurut permasalahan yang telah dijabarkan oleh peneliti di atas, maka peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat fenomena dengan judul “FENOMENA BUDAYA K-POP DI KALANGAN MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS AIRLANGGA”

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah yang dijabarkan di atas, maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

Bagaimana fenomena budaya K-Pop di kalangan mahasiswa/i Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga?

TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah penelitian yang telah dipaparkan di atas, adapun tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana fenomena budaya K-Pop di kalangan mahasiswa/i Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga.

MANFAAT PENELITIAN

Manfaat penelitian dalam penelitian ini dalam bentuk teoritis maupun bentuk praktis.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi bagi disiplin Ilmu Informasi dan Perpustakaan. Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pendukung untuk penelitian serupa kedepannya yaitu fenomena budaya K-Pop di kalangan mahasiswa/i Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan kepada semua kalangan, terutama penggemar Kpop bahwa budaya K-Pop dapat menimbulkan gaya hidup baru. Hal ini menjadi wadah bagi pemerintah untuk memahami kondisi budaya Indonesia agar lebih diperhatikan dan dikelola secara konsekuen serta tanggungjawab sehingga tidak tertindih oleh budaya asing.

LANDASAN TEORI

Dalam penelitian kualitatif, teori dipergunakan sebagai alat untuk menjelaskan, melihat, memahami dan menafsirkan fenomena sosial yang ada di masyarakat. Pada penelitian ini, untuk mengkaji fenomena budaya K-Pop di kalangan mahasiswa/i di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga peneliti menggunakan teori:

Teori Fenomenologi

Fenomenologi berasal dari bahasa Yunani "*phainomenon*" yaitu "yang menampak". Fenomenologi pertama kali dicetuskan oleh Edmund Husserl. Fenomenologi dikenal sebagai aliran filsafat sekaligus metode berpikir yang mempelajari fenomena manusiawi tanpa mempertanyakan penyebab dari fenomena tersebut serta realitas objektif dan penampakannya.

Tujuan utama fenomenologi ialah mempelajari bagaimana fenomena dialami alam kesadaran, pikiran dan dalam tindakan, seperti bagaimana fenomena tersebut bernilai atau diterima secara estetis. Fenomenologi mencoba mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksi makna dan konsep-konsep penting, dalam kerangka intersubjektivitas (Kuswarno, 2009:2).

Pendekatan fenomenologi merupakan tradisi penelitian kualitatif yang berakar pada filosofi dan psikologi, dan berfokus pada internal dan pengalaman sadar seseorang. Pendekatan fenomenologis untuk mempelajari kepribadian dipusatkan pada pengalaman individual-pandangannya pribadi terhadap dunia (Atkinson, dkk, 2011: 57). Pendekatan fenomenologi menggunakan pola pikir subjektivisme yang tidak hanya memandang masalah dari suatu gejala yang tampak, akan tetapi berusaha menggali makna di balik setiap gejala itu (Kuswarno, 2009:7).

Inti pemikiran Schutz adalah bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Dimana, tindakan sosial merupakan tindakan yang berorientasi pada perilaku orang atau orang lain pada masa lalu, sekarang dan akan datang. Proses penafsiran dapat digunakan untuk memperjelas atau memeriksa makna yang sesungguhnya sehingga dapat memberikan konsep kepekaan yang implisit. Dengan kata lain, mendasarkan tindakan sosial pada pengalaman, makna, dan kesadaran. Manusia mengkonstruksi makna di luar arus utama pengalaman melalui proses "tipikasi". Hubungan antara

makna pun diorganisasi melalui proses ini, atau biasa disebut *stock of knowledge*. (Kuswarno, 2009:18).

Untuk menggambarkan keseluruhan tindakan seseorang, Schutz mengelompokkannya dalam dua fase, yaitu

- a) *In-order-to-motive (Um-zu-Motiv)*, yaitu motif yang merujuk pada tindakan di masa yang akan datang. Dimana, tindakan yang dilakukan oleh seseorang pasti memiliki tujuan yang telah ditetapkan.
- b) *Because motives (Weil Motiv)*, yaitu tindakan yang merujuk pada masa lalu, dimana tindakan yang dilakukan oleh seseorang pasti memiliki alasan dari masa lalu ketika ia melakukannya.

Schutz membedakan antara makna dan motif. Makna berkaitan dengan bagaimana aktor menentukan aspek apa yang penting dari kehidupan sosialnya. Sementara, motif menunjuk pada alasan seseorang melakukan sesuatu. Makna mempunyai dua macam tipe, yakni makna subjektif dan makna objektif. Makna subjektif merupakan konstruksi realitas tempat seseorang mendefinisikan komponen realitas tertentu yang bermakna baginya. Makna objektif adalah seperangkat makna yang ada dan hidup dalam kerangka budaya secara keseluruhan yang dipahami bersama lebih dari sekadar idiosinkratik. Schutz juga membedakan dua tipe motif, yakni motif "dalam kerangka untuk" (in order to) dan motif "karena" (because). Motif pertama berkaitan dengan alasan seseorang melakukan sesuatu tindakan sebagai usahanya menciptakan situasi dan kondisi yang diharapkan di masa datang. Motif kedua merupakan pandangan retrospektif terhadap faktor-faktor yang menyebabkan seseorang melakukan tindakan tertentu (Haryanto, 2012 : 149).

Teori fenomenologi menurut Alfred Schutz mengatakan bahwa fenomenologi tertarik dengan pengidentifikasian masalah dari dunia pengalaman inderawi yang bermakna, suatu hal yang semula yang terjadi di dalam kesadaran individual kita secara terpisah dan kemudian secara kolektif, di dalam interaksi antara kesadaran-kesadaran. Bagian ini adalah suatu bagian dimana kesadaran bertindak (*act*) atas data inderawi yang masih mentah, untuk menciptakan makna, dimana cara-cara yang sama sehingga kita bisa melihat sesuatu yang bersifat mendua dari jarak tersebut.

Menurut Schutz cara mengidentifikasikan makna luar dari arus utama pengalaman adalah melalui proses tipikasi, yaitu proses pemahaman dan pemberian makna terhadap tindakan akan membentuk tingkah laku. Dalam hal ini termasuk membentuk penggolongan atau klasifikasi dari pengalaman dengan melihat keserupaannya. Maka dalam arus pengalaman dilihat dari objek tertentu pada umumnya memiliki ciri-ciri khusus, bahwa mereka bergerak dari tempat ke tempat, sementara lingkungan sendiri mungkin tetap diam.

Peneliti menggunakan metode fenomenologi (*phenomenological method*) yang memfokuskan kepada pemahaman mengenai respon atas kehadiran atau keberadaan manusia bukan sekedar

pemahaman atas bagian spesifik atau perilaku khusus. Menurut Stephen W Littlejohn yang dikutip oleh Engkus Koswara bahwa “*phenomenology makes actual lived experience the basic data of reality*”. (Little John, 1996:204). Maka fenomenologi menjadikan pengalaman sesungguhnya sebagai data dasar dari realitas, sebagai suatu gerakan dalam berfikir fenomenologi (*phenomenology*) dapat diartikan sebagai upaya studi tentang pengetahuan yang timbul karena rasa ingin tahu. Objeknya berupa gejala atau kejadian yang dipahami melalui pengalaman secara sadar (*concius experience*).

Fenomenologi menganggap bahwa pengalaman yang aktual sebagai data tentang realitas yang dipelajari. Kata gejala (*phenomenom*) yang bentuk jamaknya adalah *phenomena* merupakan istilah fenomenologi di bentuk dan dapat diartikan sebagai suatu tampilan dari objek. Kejadian atau kondisi-kondisi menurut persepsi. Penelaahan masalah dilaksanakan dengan multi perspektif atau multi sudut pandang.

Penjelasan tersebut memberikan gambaran bahwa teori tersebut berusaha memperdalam pemahaman pengguna terhadap tujuan mereka dalam menggunakan busana Korea. Teori ini berusaha masuk dalam keseharian dengan sedemikian rupa, sehingga pengguna mengerti bahwa apa dan bagaimana suatu pemahaman yang dikembangkan oleh teori fenomenologi yang diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.

Asumsi dari fenomenologi menurut Littlejohn adalah interpretasi dari pengalaman-pengalaman pribadi seseorang, seperti berikut ini:

“Fenomenologi berasumsi bahwa orang-orang secara aktif menginterpretasi pengalaman-pengalamannya dan mencoba memahami dunia dengan pengalaman pribadinya (Littlejohn, 2009:57)”

Juga seperti yang dikatakan oleh Alfred Schutz dalam Suwarno, bahwa inti dari pemikirannya adalah:

“Bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran, Schutz meletakkan hakikat manusia dalam pengalaman subjektif, terutama ketika mengambil tindakan dan mengambil sikap terhadap dunia kehidupan sehari-hari. Dalam hal ini Schutz mengikuti pemikiran Husserl, yaitu proses pemahaman actual kegiatan kita, dan pemberian makna terhadapnya, sehingga ter-refleksi dalam tingkah laku. (Suwarno 2009:18)”

Adapun studi fenomenologi bertujuan untuk menggali kesadaran terdalam para subyek mengenai pengalaman beserta maknanya. Sedangkan pengertian fenomena dalam studi Fenomenologi adalah pengalaman atau peristiwa yang masuk ke dalam kesadaran subjek.

Permasalahan yang peneliti angkat, melihat banyaknya remaja yang mengikuti gaya busana Korea merupakan ajang *lifestyle* bagi penggunanya. Penelitian ini dilaksanakan dengan studi

fenomenologi, sesuai yang dikemukakan oleh Wilson dalam buku Kuswarno yang berjudul Fenomenologi sebagai berikut:

“Praktik fenomenologi adalah dengan cara mengembangkan kejadian dalam suatu kajian apa yang dihasilkan pekerjaan peneliti fenomenologi melalui berbagai publikasi. Analisis fenomenologi terhadap isi budaya media massa misalnya, menerapkan unsur-unsur melalui pendekatan untuk menghasilkan pemahaman reflektif keadaan yang saling mempengaruhi dunia kehidupan audiens dan materi program (2009:21)”

Life Style atau yang lebih dikenal dengan gaya hidup merupakan suatu bentuk ekspresi diri seseorang dalam bertindak melalui sikap dan perilaku sehari-hari individu seseorang. Seperti yang diungkapkan Susanto dalam bukunya Potret-potret Gaya Hidup Metropolis dan Plummer.

“Gaya hidup adalah perpaduan antara kebutuhan ekspresi diri dan harapan kelompok terhadap seseorang dalam bertindak berdasarkan pada norma yang berlaku. Oleh karena itu banyak diketahui macam gaya hidup yang berkembang di masyarakat sekarang misalnya gaya hidup hedonis, gaya hidup metropolis, gaya hidup global dan lain sebagainya (2001:25)”

“Gaya hidup adalah cara hidup individu yang di identifikasikan oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktifitas), apa yang mereka anggap penting dalam hidupnya (ketertarikan) dan apa yang mereka pikirkan tentang dunia sekitarnya (Plummer, 1983:45)”

Dari keterangan diatas dapat disimpulkan bahwa bagaimana seseorang dapat menghabiskan waktu dan aktifitas sehari-hari untuk kepentingan dan keberlangsungan hidupnya dengan cara kreatif, sehingga dalam penggunaan busana Korea dalam kesehariannya merupakan ajang untuk mengekspresikan diri.

Budaya Populer

Williams dalam Storey (2015) memberikan beberapa saran untuk mendefinisikan kata “populer”. Salah satunya adalah budaya adalah benar-benar apa yang dibuat orang untuk dirinya sendiri. Menurut definisi kata “budaya” dan “populer”, budaya populer dapat didefinisikan sebagai kebiasaan atau kepercayaan yang diterima secara umum dalam masyarakat saat itu. Storey (2015) memberikan enam definisi budaya populer dalam bukunya ‘*Cultural Theory and Popular Culture*’ yang masing-masing bergantung pada konteks antara lain yang pertama, yaitu budaya populer merupakan budaya yang disukai banyak orang. Titik awal untuk mendefinisikan budaya populer adalah dengan mengatakan bahwa budaya populer hanyalah budaya yang dinikmati oleh banyak orang. Setiap definisi budaya populer harus mencakup dimensi kuantitatif namun indikator kuantitatif saja tidak cukup untuk memberikan definisi yang lengkap tentang budaya populer.

Kedua, budaya populer merupakan semua yang tersisa setelah mengidentifikasi “budaya tinggi” dianggap lebih rendah. Dengan kata lain, definisi budaya populer adalah budaya inferior. Misalnya, kita mungkin ingin menekankan kompleksitas formal. Dengan kata lain, untuk menjadi budaya yang nyata, itu harus sulit. Sulit untuk menjamin status eksklusif budaya tinggi dengan cara ini. Sosiolog Prancis Pierre Bourdieu berpendapat bahwa perbedaan budaya semacam ini sering

digunakan untuk mendukung perbedaan kelas. Selera adalah kategori yang sangat ideologi. Ia berfungsi sebagai penanda kelas. Bagi Bourdieu (1984), konsumsi budaya merupakan kecenderungan secara sadar dan sengaja atau tidak untuk melakukan fungsi sosial yang melegitimasi perbedaan sosial.

Ketiga, budaya populer dapat didefinisikan sebagai entitas komersial atau alat yang digunakan oleh kelas atas untuk mengeksploitasi massa. Poin pertama yang ingin dibangun oleh mereka yang menyebut budaya populer sebagai budaya massa adalah bahwa budaya populer merupakan budaya komersial yang tidak ada harapan. Ini diproduksi secara massal untuk konsumsi massal. Audiensnya adalah konsumen yang tidak diskriminatif. Ini adalah budaya yang dikonsumsi dengan kepasifan yang mematikan. Tetapi seperti yang ditunjukkan oleh John Fiske (1989a), meskipun iklan tersebar luas, 80-90% produk baru gagal dan banyak film bahkan tidak mendapatkan kembali uang iklan mereka di *box office*. Simon Frith (1983: 147) juga menunjukkan bahwa sekitar 80% *single* dan album tidak menguntungkan. Statistik ini harus mempertanyakan gagasan konsumsi sebagai aktivitas otomatis dan pasif. Mereka yang bekerja dalam perspektif budaya massa biasanya memikirkan zaman keemasan sebelumnya ketika masalah budaya sangat berbeda. Ini biasanya mengambil salah satu dari dua bentuk, yaitu komunitas tetap yang hilang atau budaya rakyat yang hilang. Namun, seperti yang ditunjukkan Fiske (1989a), tidak ada yang disebut budaya populer nyata dalam masyarakat kapitalis untuk mengukur ketidakotentikan budaya populer. Ini juga berlaku untuk komunitas tetap yang hilang. Bagi beberapa kritikus budaya yang bekerja dalam paradigma budaya massa, budaya massa diidentifikasi bukan sebagai budaya yang dipaksakan dan dimiskinkan, tetapi sebagai budaya yang secara harfiah diimpor dari Amerika Serikat (Maltby, 1989:11). Klaim bahwa budaya populer adalah budaya Amerika memiliki sejarah panjang yang secara teoritis memetakan budaya populer. Ini beroperasi di bawah istilah Amerikanisasi. Tema sentralnya adalah bahwa budaya Inggris telah menurun di bawah pengaruh homogenisasi budaya Amerika. Seperti yang ditunjukkan oleh Andrew Ross (1989), budaya populer telah berada di pusat sosial dan institusional Amerika lebih lama daripada Eropa. Juga jelas bahwa ketakutan akan Amerikanisasi terkait erat dengan ketidakpercayaan dalam bentuk-bentuk budaya populer yang muncul. Seperti dalam budaya populer pada umumnya, terdapat argumen versi politik kiri dan politik kanan. Budaya populer dipahami sebagai dunia mimpi kolektif. Seperti yang dikatakan Richard Maltby (1989), budaya populer tidak bisa lepas dari mana pun, tetapi memberikan pelarian dari khayalan kita sendiri. Dalam pengertian ini, praktik budaya seperti natal bekerja seperti mimpi. Mereka mengartikulasikan keinginan dan aspirasi kolektif dengan cara terselubung. Ini adalah versi ramah dari kritik budaya populer karena seperti yang ditunjukkan Maltby, kejahatan budaya populer telah mengambil mimpi kita, mengemasnya dan menjualnya kembali kepada kita.

Keempat, budaya populer merupakan budaya yang berasal dari masyarakat. Dibutuhkan masalah dengan pendekatan apa pun yang menunjukkan bahwa ini dipaksakan pada orang-orang dari atas. Menurut definisi ini, istilah tersebut seharusnya hanya digunakan untuk merujuk pada budaya asli suatu masyarakat. Ini adalah budaya populer sebagai budaya rakyat. Sebagai definisi budaya populer, sering diidentikkan dengan konsep budaya kelas pekerja yang ditafsirkan sebagai sumber utama perlawanan simbolis dalam kapitalisme modern (Bennett, 1980: 27). Satu masalah dengan pendekatan ini adalah siapa yang pantas untuk dimasukkan dalam kategori populer. Masalah lainnya adalah ia menghindari sifat komersial dari banyak sumber daya yang membentuk budaya populer. Tidak peduli seberapa keras kita menuntut keadilan, faktanya tetap bahwa orang tidak secara spontan menghasilkan budaya dari bahan mentah yang mereka hasilkan. Apapun budaya populernya, bisa dikatakan bahwa bahan mentahnya tersedia secara komersial. Pendekatan ini mencoba untuk menghindari semua konsekuensi dari fakta ini.

Kelima, budaya populer dipaksakan oleh kelas penguasa, dan kelas bawah memutuskan apa yang ingin mereka pertahankan dari budaya populer. Budaya populer didasarkan pada analisis politik Marxis Italia Antonio Gramsci, khususnya pengembangan konsep hegemoni. Gramsci (2009) menciptakan istilah hegemoni untuk merujuk pada cara di mana kelompok dominan dalam masyarakat mencari persetujuan dari kelompok bawahan dalam masyarakat melalui proses kepemimpinan intelektual dan moral. Mereka yang menggunakan pendekatan ini melihat budaya populer sebagai tempat perjuangan antara kelompok-kelompok bawahan yang berlawanan dan menggabungkan kekuatan yang bertindak untuk kepentingan kelompok yang berkuasa. Dalam pengertian itu, budaya populer bukanlah budaya yang dipaksakan oleh para ahli teori budaya populer, juga bukan budaya populer yang muncul dari bawah dan menentang secara sukarela. Ini adalah ranah pertukaran dan negosiasi antara keduanya. Seperti yang telah disebutkan, area ini ditandai dengan resistensi dan penggabungan. Praktik dalam budaya populer beroperasi berdasarkan apa yang disebut Gramsci (1971) sebagai keseimbangan kompromi. Prosesnya bersifat historis tetapi juga sinkronis. Secara umum, mereka yang memandang budaya populer dari sudut pandang hegemoni cenderung memandang budaya populer sebagai medan pertarungan ideologis antara kelas penguasa dan kelas bawahan. Seperti yang dijelaskan Bennett (2009), bidang budaya populer terdiri dari upaya kelas penguasa untuk merebut hegemoni dan perlawanan terhadap upaya tersebut. Oleh karena itu, ia tidak hanya terdiri dari budaya populer yang memaksa atau sekadar oposisi sukarela yang konsisten dengan ideologi yang berlaku, tetapi lebih merupakan ranah negosiasi antara keduanya. Sebuah ideologi yang berlawanan di mana nilai-nilai dan unsur-unsur budaya didominasi dan ditaklukkan bercampur dalam permutasi yang berbeda. Keseimbangan kompromi hegemoni juga dapat digunakan untuk menganalisis berbagai jenis konflik di dalam dan di seluruh budaya populer. Meskipun Bennett menekankan konflik kelas, teori hegemoni juga dapat digunakan untuk mempelajari dan menjelaskan konflik yang berkaitan dengan etnis dominan, ras, gender, generasi, seksualitas, disabilitas, dan

sebagainya. Ada aspek lain dari budaya populer yang dikemukakan oleh teori hegemoni. Inilah argumentasi bahwa teori budaya populer sebenarnya adalah teori konstruksi manusia. Misalnya, Hall (2009b) berpendapat bahwa budaya populer adalah platform kompetitif untuk membangun hubungan dengan politik dan blok kekuasaan. Orang tidak mengacu pada semua orang atau kelompok dalam masyarakat, tetapi pada berbagai kelompok sosial yang berbeda dari kelompok-kelompok yang berpengaruh secara ekonomi, politik, dan budaya dalam masyarakat meskipun mereka berbeda menurut status kelas mereka atau perjuangan tertentu namun ketika perjuangan individu dikaitkan, mereka berpotensi bersatu (Bennett, 1986: 20). Hal ini tentu saja dilakukan untuk menjadikan budaya populer sebagai konsep yang sangat politis.

Keenam, dalam budaya populer saat ini, pengguna bebas menerima sebagian dari konten yang dihasilkan, memodifikasinya untuk digunakan sendiri, atau membuangnya sepenuhnya dan membuat konten mereka sendiri. Budaya populer merupakan budaya yang dipengaruhi oleh refleksi terbaru pada perdebatan postmodernisme. Hal yang terutama ditekankan di sini adalah klaim bahwa budaya postmodern adalah budaya yang tidak lagi mengenal perbedaan antara budaya tinggi (*high culture*) dan budaya populer. Bagi sebagian orang, seperti yang akan kita lihat, ini adalah alasan untuk merayakan berakhirnya elitisme yang dibangun di atas perbedaan budaya yang sewenang-wenang. Bagi yang lain, ini adalah alasan untuk putus asa akan kemenangan akhir perdagangan atas budaya. Misalnya hipotesis interpenetrasi perdagangan dan budaya (ambiguitas perbedaan antara budaya asli dan komersial) dapat ditemukan dalam hubungan antara iklan televisi dan musik pop. Semakin banyak artis yang memecahkan rekor saat lagu mereka muncul di iklan televisi. Salah satu pertanyaan yang dimunculkan oleh hubungan ini adalah apa yang dijual? Lagu atau produk? Saya pikir jawaban yang jelas adalah keduanya. Kita juga bisa membeli CD lagu yang sudah sukses di iklankan. Lagu digunakan untuk menjual sebuah produk dan fakta bahwa sebuah produk bekerja dengan baik digunakan untuk menjual sebuah lagu. Bagi mereka yang kurang bersimpati pada postmodernisme atau beberapa teori postmodern, pertanyaan sebenarnya adalah bagaimana sikap ini memengaruhi budaya? Politisi sayap kiri mungkin khawatir tentang dampak budaya populer pada oposisi. Orang yang berpikiran politik mungkin khawatir tentang bagaimana hal ini akan mempengaruhi status budaya mereka yang sebenarnya.

Kesamaan dari semua definisi di atas adalah klaim bahwa budaya populer lainnya adalah budaya yang muncul setelah industrialisasi dan urbanisasi. Seperti yang ditulis Williams (1963) dalam bukunya '*Culture and Society*', konsep budaya masuk ke dalam pemikiran Inggris pada periode yang biasa kita gambarkan sebagai revolusi industri. Ini adalah definisi budaya yang tergantung pada keberadaan budaya populer dan ekonomi pasar kapitalis. Tentu saja ini menjadikan Inggris negara pertama yang menciptakan budaya populer yang didefinisikan dengan cara yang dibatasi secara historis. Argumen yang mendasari periodisasi budaya populer ini adalah bahwa pengalaman

industrialisasi dan urbanisasi telah secara mendasar mengubah hubungan budaya dalam lanskap budaya populer. Sebelum industrialisasi dan urbanisasi, Inggris memiliki dua budaya. Ini adalah budaya umum yang dimiliki oleh kurang lebih semua kelas dan budaya elit terpisah yang diciptakan dan dikonsumsi oleh kelas masyarakat dominan (lihat Burke, 1994; Storey, 2003). Tiga hal yang terjadi bersamaan sebagai akibat dari industrialisasi dan urbanisasi. Pertama, industrialisasi mengubah hubungan antara pekerja dan pengusaha. Ini termasuk transisi dari hubungan berbasis kewajiban timbal balik ke hubungan hanya berdasarkan permintaan. Inilah yang disebut oleh Thomas Carlyle sebagai '*cash nexus*' (dikutip dalam Morris, 1979: 22). Kedua, urbanisasi menyebabkan pemisahan kelas perumahan. Untuk pertama kalinya dalam sejarah Inggris, ada seluruh kota di mana hanyadihuni oleh pria dan wanita pekerja. Ketiga, kepanikan akibat Revolusi Perancis telah menyebabkan pemerintah secara berturut-turut mengambil berbagai tindakan opresif untuk mengalahkan radikalisme. Politik radikal dan serikat pekerja tidak dihancurkan, tetapi didorong ke bawah untuk berorganisasi di luar pengaruh dan kendali kelas menengah. Ketiga elemen ini berpadu membentuk ruang budaya yang berada di luar pertimbangan paternal dari budaya umum sebelumnya. Hasilnya adalah ruang budaya bagi generasi budaya populer yang sampai batas tertentu melampaui kendali kelas penguasa. Kengerian yang diciptakan oleh ruang budaya baru secara langsung bertanggung jawab atas munculnya pendekatan budaya dan peradaban terhadap budaya populer.

Budaya populer mengajarkan masyarakat hidup secara konsumtif. Masyarakat perlu tahu apa yang disebut kekinian atau *up to date*. Kedua istilah ini digunakan oleh kapitalis untuk mendapatkan keuntungan. Sebagian besar target sasaran kaum kapitalis adalah perempuan terutama mereka yang masih lajang dan berpendidikan (Redana, 2002: 271). Chambers (1987) menyatakan bahwa budaya populer modern sebagian besar telah dianggap sebagai "seakan-akan" dunia periklanan. Tubuh, pakaian, dan wajah adalah semua objek yang diambil dari aspek kehidupan imajiner lainnya, termasuk film, iklan, mode, dan kiasan yang tak ada habisnya untuk ikonografi daerah perkotaan (Featherstone, 2008). Karena itu, uang yang semula dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan dasar, berubah menjadi keinginan untuk menjadi bagian dari lingkungan yang membentuk gaya hidup konsumtif, mengikuti ketenaran, karena selalu ingin membelanjakan apa yang dimiliki orang lain.

Hubungan antara teori fenomenologi Alfred Schutz dengan fenomena budaya K-pop adalah sebab orang-orang secara aktif menginterprestasi pengalaman-pengalaman dan mencoba memahami kejadian atau kondisi yang dilihat melalui pengalaman langsung.

Fenomena budaya Korea pop dapat berpengaruh mulai dari cara berpakaian yang mengikuti tren-tren yang ada di Korea. Tren adalah bagian dari kebutuhan sekunder manusia yang bisa berubah tergantung zaman atau keinginan seseorang untuk mengubah gaya hidupnya. Tren bisa dilihat dari cara berpakaian, bahasa, kebiasaan, dan lain-lain. Tren bisa dinilai relatif tergantung penilaian dari orang lain. Tren juga bisa dijadikan contoh dan juga bisa dijadikan hal tabu. Seperti mewarnai rambut

menjadi salah satu tren *fashion* di Korea, menggunakan *coast*, berdan-dan layaknya seperti orang Korea, berbicara menggunakan bahasa Korea, mencari-cari informasi menggunakan media-media sosial mengenai *boyband* dan *girlband* Korea. Memanfaatkan media sosial yang ada dalam mencari informasi termasuk informasi mengenai budaya Korea pop dapat menambah informasi tentang apa yang sedang menjadi tren di negara Korea dan dapat menambah wawasan bagi mereka yang menyukai budaya Korea pop. Pemanfaatan media sosial memudahkan untuk bisa mengakses informasi mengenai Korea pop.

Alasan mengapa budaya Korea mudah memberikan pengaruh adalah karena kebaruannya dan sebagai bentuk alternatif produk di pasaran di luar produk-produk Amerika, oleh karena itu Korea dan budayanya menemukan kekuatannya di pasar global. Ketika berbicara tentang minat dan ketertarikan terhadap budaya Korea ini, kecenderungan tidak akan berhenti pada membeli barang atau produknya saja, namun mereka akan melakukan perjalanan untuk memenuhi rasa penasaran terhadap budaya Korea yang mereka minati itu. Bahkan ketika *key informan* dan informan membeli produk, mereka bukan memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka akan produk itu saja, namun lebih dari itu, mereka membeli nilai budaya yang terkandung di dalamnya.

Adapun fenomena budaya K-pop dan berbeda yang terjadi pada diri mahasiswa FISIP UNAIR antara lain, sangat menyukai sesuatu yang disampaikan oleh tayangan K-pop misalnya menyukai bahasa Korea sebagaimana bahasa yang digunakan oleh Korea, menyukai makanan Korea yang dahulunya mereka tidak mengenal makanan tersebut, menyukai Negara Korea, menyukai musik Korea yang notabene musik-musik tersebut merupakan budaya baru yang masuk di Indonesia serta terjadi fenomena.

STUDI TERDAHULU

Sebelum melakukan penelitian mengenai fenomena budaya K-Pop di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga, adapun peneliti akan menyusun kajian pustaka terlebih dahulu. Kajian pustaka yang dilakukan peneliti adalah melakukan kajian pustaka dengan penelitian sebelumnya yang sejenis atau terkait dengan penelitian yang akan dilakukank oleh peneliti. Berikut adalah beberapa penelitian sejenis dan terkait dengan penelitian yang dijadikan sebagai acuan untuk melakukan penelitian ini:

1. Penelitian dilakukan oleh Milla Desy Riany, Jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Pasundan Bandung pada tahun 2014. Dengan mengangkat judul penelitian “FENOMENA KOREA PADA REMAJA DI BANDUNG (Studi Fenomenologi Budaya Korea pada Remaja Komunitas Korea di Bandung). Milla menggunakan teori fenomenologi sebagaimana judul yang ia pilih karena untuk mengangkat sebuah fenomena yang sempat berkembang kemudian menjadi terkenal di Kota Bandung. Bagaimana ia mengasah teori dengan perkembangan yang di alami saat-saat ini kemudian menghubungkannya dengan teori yang ia angkat yaitu fenomenologi yang di kembangkan oleh Alfred Schutz. Acuan ini

menjelaskan bahwa bagaimana kejadian- kejadian yang terjadi di kota Bandung setelah fenomena masuknya budaya Korea itu muncul dan menjadi hal yang bikin menarik perhatian remaja.

2. Penelitian dilakukan oleh Bimo Nurahman, jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Pasundan Bandung, dijilid pada tahun 2017. Dengan mengangkat judul penelitian “FENOMENA LIFESTYLE KOMUNITAS VAPORIZER DI KOTA BANDUNG”. Teori yang Bimo pakai yaitu menggunakan teori fenomenologi dengan model Alfred Schutz. Acuan ini menjelaskan bahwa adanya sebuah kejadian yang lagi berkembang pada saat itu mengenai vaporizer yang semakin di kenal masyarakat terutama di kalangan komunitas dan remaja lainnya dan mengetahui sejarah dibuatnya vaporizer dan alasan mengapa sangat dicinta sekali kepada remaja. Kemudian acuan ini mengetahui komunitas yang dalamnya terdapat anak-anak kalangan remaja yang menyukai vaporizer di kota Bandung dan mencari keterkaitan dengan gaya hidup seorang vaporizer.
3. Penelitian dilakukan oleh Putri Rezki Ananda, Universitas Riau dengan judul “Motif Anggota Mengikuti Komunitas Facebook Pekanbaru Jual Beli Online (PJBO) di Kota Pekanbaru”. Penelitian ini menggunakan teori fenomenologi Alfred Schutz Hasil dari penelitian ini adalah terdapat dua motif yaitu, motif karena (*because motives*) yaitu ingin berdagang online, coba- coba, jualan lebih luas, keuntungan berlipat, sedangkan (*in order to motives*) yaitu supaya usaha berkembang luas serta meningkat dan untuk usaha sampingan saja.
4. Penelitian dilakukan oleh Meutia Puspita Sari, Universitas Riau dengan judul “Fenomena penggunaan media sosial instagram sebagai komunikasi pembelajaran agama islam oleh mahasiswa Fisip Univeristas Riau”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui untuk mengetahui motif secara fenomenologi yaitu (*because motives*) dan (*in order to motives*), pengalaman komunikasi dan perubahan perilaku. Penelitian ini menggunakan teori fenomenologi Alfred Schutz Hasil dari penelitian ini adalah terdapat 2 motif , pertama masa lalu (*because motives*) yaitu berupa motif ingin tahu, motif akan nilai, dan motif harga diri, sementara (*in order to motives*) yaitu kebutuhan untuk mencari informasi.

KERANGKA BERPIKIR

Sebagai landasan untuk memecahkan masalah yang telah dikemukakan peneliti, maka diperlukan kerangka pemikiran yang berupa teori atau pendapat para ahli yang tidak diragukan lagi kebenarannya, yaitu teori mengenai hal yang terkait dengan penelitian yang sekarang dilakukan untuk peneliti.

Teori Fenomenologi mengkonseptualisasikan sebagai pengalaman diri dan orang lain dalam sebuah dialog. Fenomenologi berkembang dalam kesenjangan antara berbagai sudut pandang

subjektif bahwa seseorang tidak dapat secara langsung mengalami kesadaran lainnya dan potensi memahami intersubjektif adalah terbatas. Untuk mengatasi permasalahan ini, terdapat dua pendekatan yang berbeda yaitu semiotika dan fenomenologi. Pendekatan semiotika melihat pemaknaan berbagai perlambang. Sementara itu, fenomenologi melihat cara manusia dalam mengalami diri dan orang lain. Hambatan-hambatan komunikasi dapat berkembang karena adanya ketidakpedulian diri, tidak adanya penerimaan terhadap berbagai perbedaan, atau strategi yang digunakan dapat menghalangi keterbukaan kepada yang lain. Fenomenologi menekankan kebutuhan bagi manusia untuk berpaling satu sama lain dan pengalaman diri dan lainnya dalam dialog yang tulus.

Teori fenomenologi menurut Alfred Schultz mengemukakan bahwa fenomenologi tertarik dengan pengidentifikasian masalah dari dunia pengalaman inderawi yang bermakna, suatu hal yang semula yang terjadi di dalam kesadaran individual kita secara terpisah dan kemudian secara kolektif, di dalam interaksi antara kesadaran-kesadaran. Bagian ini adalah suatu bagian dimana kesadaran dalam bertindak (*act*), atas data inderawi yang masih mentah, untuk menciptakan makna, dimana cara-cara yang sama sehingga kita bisa melihat sesuatu yang bersifat mendua dari jarak tersebut.

Menurut Alfred Schutz cara mengidentifikasikan makna dari luar arus utama pengalaman adalah melalui proses tipikasi, yaitu proses pemahaman dan pemberian makna terhadap tindakan akan membentuk tingkah laku. Dalam hal ini termasuk membentuk penggolongan atau klarifikasi dari pengalaman dengan melihat keserupaannya. Maka dalam arus pengalaman dilihat dari objek tertentu pada umumnya memiliki ciri-ciri khusus, bahwa mereka bergerak dari tempat ke tempat, sementara lingkungan sendiri mungkin tetap diam.

Peneliti menggunakan metode fenomenologi (*phenomenological method*) yang memfokuskan kepada pemahaman mengenai respon atas kehadiran atau keberadaan manusia bukan sekadar pemahaman atas bagian spesifik atau perilaku khusus. Maka fenomenologi menjadikan pengalaman sesungguhnya sebagai data dasar dari realitas, sebagai suatu gerakan dalam berfikir fenomenologi dapat diartikan sebagai upaya dalam studi tentang pengetahuan yang timbul karena rasa ingin tahu. Objeknya berupa gejala atau kejadian yang dipahami melalui pengalaman secara sadar (*conscious experience*).

Fenomenologi menganggap bahwa pengalaman yang aktual sebagai data tentang realitas yang dipelajari. Kata gejala (*Phenomenon*) yang bentuk jamaknya adalah *phenomena* merupakan istilah fenomenologi di bentuk dan dapat diartikan sebagai suatu tampilan dari objek. Kejadian atau kondisi-kondisi menurut persepsi. Penelaahan masalah dilaksanakan dengan multi perspektif atau multi sudut pandang.

Penjelasan tersebut memberikan gambaran bahwa teori tersebut berusaha memperdalam pemahaman pengguna terhadap tujuan mereka dalam mengekspresikan gaya hidupnya dengan sedemikian rupa, sehingga pengguna mengerti bahwa apa dan bagaimana suatu pemahaman yang

dikembangkan oleh teori fenomenologi yang diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari. Penjelasan teori telah mengemukakan bagaimana gaya hidup penggemar kpop telah mengikuti daya tarik yang ada di Korea untuk dijadikan sebagai pedoman kehidupannya sehari-hari.

Juga seperti yang dilakukan oleh Alfred Schutz dalam Suwarno, bahwa inti dari pemikirannya adalah:

“Bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran, Schutz meletakkan hakikat manusia dalam pengalaman subjektif, terutama ketika mengambil tindakan dan mengambil sikap terhadap dunia kehidupan sehari-hari. Dalam hal ini Schutz mengikuti pemikiran Husserl, yaitu proses pemahaman actual kegiatan kita, dan pemberian makna terhadapnya, sehingga ter-refleksi dalam tingkah laku (Suwarno, 2009:18).”

Adapun studi fenomenologi bertujuan untuk menggali kesadaran terdalam pada subyek mengenai pengalaman beserta maknanya. Sedangkan pengertian fenomena dalam ahli fenomenologi adalah pengalaman atau peristiwa yang masuk ke dalam kesadaran subjek. Permasalahan yang diteliti angkat, melihat banyaknya remaja yang mengikuti pola hidup Korea untuk dijadikan sebagai kehidupan mereka sehari-hari. Alasannya adalah untuk mengubah gaya bentuk hidup terbaru atau lebih dikenal dengan gaya hidup yang kebarat-baratan. Karena bagi mereka hal itu merupakan sesuatu yang unik untuk diikuti dan ikut merasakan bagaimana *daily life* sehari-hari orang Korea. Mulai dari cara berpakaian. Cara berpakaian orang Korea tentu dijadikan sebagai daya panutan mahasiswa FISIP Universitas Airlangga agar terbelang lebih modis dan hits terutama kota Surabaya yang memiliki toko fashion dengan baju impor dari Korea dari barang yang ber-branding hingga barang yang menjual grosiran yang bahannya terbuat dari bahan Indonesia asli. Gaya busana Korea tentunya sudah menjadi kebutuhan sehari-hari. Memang tidak bisa dipungkiri bahwa baju Korea mempunyai kekhasan tersendiri dan juga memberikan kesan yang baik bagi orang yang pernah memakainya apalagi cara berpakaian orang Korea tersebut dinilai lebih modern dibanding dengan negara-negara lainnya. Hal itu pasti menarik minat para mahasiswa karena sudah dijadikan sebagai kebutuhannya agar terlihat sama seperti orang Korea. Kemudian perawatan. Banyak sekali produk-produk Korea yang sudah menyebar luas yang datang ke Indonesia untuk dipasarkan dan menarik penjualan terutama khusus mahasiswa FISIP Universitas Airlangga.

Menurut peneliti, mahasiswa membeli produk-produk perawatan Korea dari yang harganya murah hingga mahal sekalipun demi menyamakan wajah mereka dengan wajah orang Korea. Mereka percaya bahwa perawatan orang Korea sangat rekomendasi untuk dipakai dikarenakan bahannya yang alami dan cukup memuaskan para konsumen untuk digunakan. Contohnya adalah *skincare*. Dari *skincare*, kosmetik-kosmetik, dan barang-barang lainnya sudah mulai dipercaya oleh masyarakat luas bahwa produk Korea sangat membantu untuk mengatasi wajah mereka. Tidak hanya wajah mereka, bahkan rambut pun mereka hiasi dengan warna yang elegan. Dari berbagai macam aneka perawatan tentunya remaja sudah pernah mencoba memakainya dari waktu ke waktu.

Justru hal ini sangat memudahkan kepada remaja untuk mengikuti gaya tersebut.

Seiring dengan kemajuan teknologi dan kemudahan akses internet, jalan untuk menikmati drama Korea pun semakin terbuka lebar. Kita tak perlu menunggu stasiun televisi untuk menayangkannya. Cukup mencarinya di situs video atau *streaming*, biasanya akan mudah dicari dan Para pemain film atau drama Korea menjadi faktor penting kenapa pemirsa bisa jatuh cinta. Entah wajah mereka itu asli, palsu, atau setengah asli dan palsu, yang jelas kita begitu mudah untuk menyukainya. Ada sisi menarik tersendiri yang terpancar dari paras-paras khas Korea.

Mahasiswa tidak perlu takut untuk merasa berbeda dari yang lain sebab faktanya, penggemar Kpop itu sangat banyak, terutama kalangan mahasiswa FISIP Universitas Airlangga yang banyak sekali penggemar Kpop. Tak hanya dari Indonesia, negara lain pun sama. Tak peduli yang masih remaja, dewasa, maupun yang sudah tua-tua. Tak heran kalau situs khusus *drakor* atau drama Korea itu suka ramai. Point ini sangat banyak dipuji orang. Drama Korea mayoritas menghadirkan episode yang pendek-pendek atau seperlunya. Hingga penggemar Kpop rela begadang seharian bersama teman-temannya demi melanjutkan episode menarik yang mereka tunggu-tunggu untuk mengubah rasa penasaran mereka seperti apa kelanjutan ceritanya.

Tidak luput dari hal itu, orang Indonesia tentunya mengikuti kebiasaan mereka dengan cara makan. Seperti kebiasaan menyantap mie langsung dari pancinya. Sekilas terlihat sangat tidak pantas, namun ada alasan mengapa orang Korea gemar memakan mie di panci. Perlu dicatat orang Korea tinggal di negara dengan empat musim dimana iklim dingin mendominasi sepanjang tahun. Sekalipun musim panas, temperatur udara di Korea tidak sepanas di Indonesia. Karena itulah orang Korea membutuhkan makanan yang panas untuk menghangatkan tubuh. Nah, mengkonsumsi mie langsung dari pancinya bertujuan agar panas kuah mie tetap terjaga. Karena itulah banyak orang Korea yang sudah berusia lanjut harus memakai gigi palsu lantaran kebiasaan menyantap makanan bersuhu tinggi.

Sesuai pernyataan di atas, menurut peneliti, bahwa hal ini sudah ditemukan dimana- dimana dengan acara makan yang unik seperti ini. Lalu Kota Surabaya telah membuka café- café korea di berbagai tempat tertentu agar public merasakan nikmatnya masakan korea dengan cara makan yang unik. Hal ini sangat menarik di mata remaja karena hal yang mudah untuk bisa mengikuti gaya hidup seperti yang orang Korea lakukan saat makan, dari memegang sumpit, mangkuk, gelas, makanan, minuman dan menu-menu lainnya. Hal ini dijadikan sebagai dasar untuk mengikuti gaya hidup orang Korea, agar dibilang menjadi hits dan tidak usah jauh- jauh datang ke korea hanya untuk penasaran sama menu saja, di Indonesia pun sudah menyebar dengan adanya café-café di Korea tentunya di Kota Surabaya yang hits ini.

Hal ini sejalan dengan kemajuan industri dan kestabilan ekonomi mereka. Cari musik, makanan, fashion sudah melanda ke seluruh Indonesia. Dengan masuknya budaya Korea di

Indonesia juga menjadikan beberapa orang memanfaatkan minat para penggemar K-Pop di Indonesia yang besar terhadap budaya Korea. Itulah yang mendorong peneliti untuk meneliti fenomena penggemar K-Pop di kalangan mahasiswa FISIP Universitas Airlangga.

Tak heran mengapa Kpop saat ini begitu paling banyak diminati oleh kalangan masyarakat muda, karena motif bergabungnya para mahasiswa ke komunitas penggemar Kpop adalah untuk melihat bias (artis) yang mereka sukai secara bersamaan khususnya mahasiswa FISIP Universitas Airlangga karena selain dari pengaruh dari musikalitas K-pop itu sendiri, juga didukung oleh para idola Korea yang mempunyai paras cantik dan ganteng serta bakat mereka dalam menyanyi, menari ataupun dunia acting, hal ini sudah menjadi daya tarik sendiri yang membuat para penggemar semakin mencintai budaya Kpop.

Dari keterangan di atas dapat disimpulkan bahwa bagaimana seseorang dapat menghabiskan waktu dan aktivitas mereka untuk kepentingan dan keberlangsungan kehidupan sehari-hari dengan cara yang kreatif, sehingga dalam mengekspresikan gaya hidupnya sehari-hari untuk menunjukkan keekspresikan diri.

METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi merupakan pendekatan umum yang digunakan untuk mengkaji topik penelitian. Ini guna menjadi proses dan prosedur untuk digunakan mendekati suatu masalah dan mencari jawaban. Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif dimana data yang dikumpulkan bersifat deskriptif berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka.

Metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang lebih menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah daripada melihat permasalahan untuk penelitian generalisasi. Metode penelitian ini lebih suka menggunakan teknik analisis mendalam (*indepth analysis*) yaitu mengkaji masalah secara kasus per kasus karena metodologi kualitatif yakin bahwa sifat suatu masalah satu akan berbeda dengan sifat dari masalah lainnya. Metode kualitatif berusaha mengungkap berbagai keunikan yang terdapat dalam individu, kelompok, masyarakat, atau organisasi dalam kehidupan sehari-hari secara menyeluruh, rinci, dalam, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Sukidin, 2002).

Penelitian kualitatif seperti yang dijelaskan oleh Bogdan dan Biklen yaitu penelitian kualitatif lebih menitikberatkan pada proses daripada hasil. Selain itu, analisis data dilakukan secara induktif atau berdasarkan fakta-fakta yang ditemukan di lapangan dan kemudian di konstruksikan menjadi hipotesis atau teori selanjutnya dan penelitian kualitatif lebih menitikberatkan pada makna (Bogdan dan Biklen, 1982, dalam Sugiyono, 2009: 13).

Penelitian ini akan memberikan penjelasan rinci tentang bagaimana fenomena penggemar K-pop khususnya mahasiswa/i Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga. Adapun proses penelitian meliputi:

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga, Surabaya. Peneliti mengambil lokasi tersebut dikarenakan dalam pengamatan yang telah dilakukan, budaya K-pop telah menjadi budaya populer di kalangan mahasiswa/i Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga. Mahasiswa/i tersebut menggunakan atribut sebagai penggemar K-pop saat berada di area kampus. Mahasiswa yang sedang melakukan kegiatan perkuliahan di Universitas Airlangga memiliki intensitas bertemu relatif sering dengan sesama teman yang menyukai K-Pop sehingga dapat saling bertukar informasi. Universitas Airlangga sebagai perguruan tinggi negeri di Surabaya yang disorot mahasiswanya memiliki selera *fashion* yang tinggi dan terlihat *fashionable* seperti orang-orang Korea dibandingkan mahasiswa perguruan tinggi negeri lainnya. Selain itu, banyak dari mahasiswa FISIP Universitas Airlangga yang tertarik bahkan sangat menggemari K-Pop mulai dari kesukaan terhadap segala sesuatu yang berhubungan dengan K-Drama, musik, film, dan semua hal mengenai budaya K-Pop. Untuk itu, peneliti tertarik untuk mengkaji seberapa besar mahasiswa FISIP Universitas Airlangga menyukai K-Pop dan seberapa jauh K-Pop mempengaruhi gaya hidup di kalangan mahasiswa FISIP Universitas Airlangga.

Waktu penelitian dilaksanakan secara bertahap mulai dari kegiatan pendahuluan, pelaksanaan, hingga kegiatan akhir penelitian. Peneliti datang langsung ke lapangan dengan tujuan untuk observasi atau pengamatan dan studi dokumentasi terhadap objek yang diteliti. Observasi ini dilakukan sebelum adanya pandemi covid-19, sedangkan untuk wawancara mendalam (*in-depth interview*) dilakukan melalui sambungan telepon mengingat kegiatan belajar mengajar di FISIP Universitas Airlangga masih dilakukan secara online. Tetapi, batas waktu tersebut masih bersifat tentatif sehingga jika sewaktu-waktu masih memerlukan data, penulis dapat mengunjungi lokasi penelitian.

Paradigma Penelitian

Secara umum, paradigma merupakan cara pandang biasa yang digunakan oleh seorang peneliti untuk melihat atau mengkaji gejala-gejala yang ada dan terjadi dalam lingkungan kehidupan masyarakat. Paradigma seringkali menjadi dasar bagi peneliti untuk menemukan fakta-fakta melalui kegiatan penelitian yang dilakukan. Paradigma adalah semacam suatu konsensus yang menjadi dasar pandangan ilmiah yang dapat membedakan satu komunitas ilmiah dengan komunitas ilmiah lainnya. Paradigma secara umum diartikan sebagai cara pandang yang digunakan oleh seseorang atau suatu kelompok untuk melihat, memandang, atau mendekati suatu fenomena yang ada atau yang terjadi dalam masyarakat (Soewadji, 2012:38).

Penelitian pada hakikatnya merupakan suatu upaya untuk menemukan kebenaran atau untuk lebih membenarkan, sedangkan paradigma menurut Bogdan dan Biklen adalah kumpulan tentang asumsi yang dipegang bersama, konsep atau proposisi yang mengarahkan cara berpikir dan penelitian (Moleong, 2013:49).

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma postpositivisme. Paradigma postpositivisme dianggap sebagai hal yang mustahil jika manusia dapat melihat secara benar. Secara metodologis, paradigma ini menganggap pendekatan eksperimental melalui observasi dianggap tidak cukup tetapi harus menggunakan metodologi triangulasi (Soewadji, 2012:45). Dari penelitian di atas, penulis menyimpulkan bahwa kajian paradigma postpositivisme ini menempatkan posisi penelitian dengan sebisa mungkin mencapai kebenaran dengan cara terlibat langsung dalam objek yang diteliti, antara subjek dengan objek harus saling berhubungan satu sama lain.

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi. Dimana pendekatan fenomenologi ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara komprehensif terkait pengalaman kesadaran setiap hari yang dialami (*life world*) dan struktur-struktur esensial sebuah kesadaran yang dialami individu, tersebut: persepsi (apa yang dilihat), keyakinan, ingatan, dan perasaan yang dialami dalam kehidupan sehari-hari.

Secara kritis fenomenologi dapat diinterpretasikan secara luas sebagai sebuah gerakan filsafat, yang secara umum memberikan pengaruh emansipatoris yaitu pelepasan dari keterbelengguan dan ketidaktahuan terhadap sesuatu yang bersifat dogmatis secara implikatif kepada metode penelitian sosial. Pengaruh tersebut di antaranya menempatkan responden sebagai subyek yang menjadi aktor sosial dalam kehidupan sehari-hari. Kemudian pemahaman secara mendalam terkait pengaruh perkembangan fenomenologi terhadap perkembangan ilmu sosial belum banyak dikaji oleh kalangan ilmuwan sosial. Dalam hal ini pengkajian yang dimaksud yaitu pengkajian yang secara historis, sebagai salah satu pendekatan ilmu sosial.

Dalam pandangan fenomenologis, peneliti berusaha untuk memahami makna atau arti peristiwa serta kaitan-kaitannya terhadap orang-orang yang biasa didalam situasi tertentu. Pada dasarnya sosiologi fenomenologis sangat dipengaruhi oleh Edmund Husserl dan juga Alfred Schutz. Selain kedua tokoh tersebut juga sosiologi fenomenologis juga dipengaruhi oleh Weber, dimana ia lebih memberikan tekanan pada *verstehn*, yang merupakan pengertian interpretatif terhadap pemahaman manusia. Fenomenologi tidak berasumsi bahwa peneliti mengetahui arti sesuatu bagi orang-orang yang sedang diteliti oleh mereka. Inkuiri fenomenologis dimulai dengan diam. Diam merupakan tindakan untuk mengungkapkan pengertian sesuatu yang sedang diteliti. Kaum fenomenologis disini menekankan aspek subyektif dari perilaku seseorang, mereka berusaha untuk masuk kedalam dunia konseptual para subyek yang ditelitinya sedemikian rupa. Sehingga mereka mengerti apa dan bagaimana suatu pengertian yang dikembangkan oleh mereka disekitar peristiwa dalam kehidupannya sehari-hari.

Adapun pendapat Alfred Schutz, orang pertama yang mencoba menjelaskan bagaimana fenomenologi dapat diterapkan untuk mengembangkan wawasan ke dalam dunia sosial. Schutz memusatkan perhatian pada cara orang memahami kesadaran orang lain, akan tetapi ia hidup dalam

aliran kesadaran diri sendiri. Perspektif yang digunakan oleh Schutz untuk memahami kesadaran itu dinamakan dengan konsep intersubyektif. intersubyektif ini merupakan kehidupan-dunia (*life-world*) atau dunia kehidupan sehari-hari. Dimana pemahaman mengenai dunia dibentuk oleh hubungan seseorang dengan orang lain.

Schutz sendiri merupakan seorang perintis pendekatan fenomenologi sebagai alat analisa dalam menangkap segala gejala yang terjadi di dunia ini. Selain itu Schutz juga menyusun pendekatan fenomenologis secara lebih sistematis, komprehensif, dan praktis sebagai sebuah pendekatan yang berguna untuk menangkap berbagai gejala (fenomena) dalam dunia sosial. Schutz memandang ada berbagai realitas, namun yang tertinggi adalah dunia keseharian yang memiliki sifat intersubyektif atau yang disebutnya *the life world*. Menurut Schutz memandang ada berbagai realitas, namun yang tertinggi adalah dunia keseharian yang memiliki sifat intersubyektif atau yang disebutnya *the life world*. Menurut Schutz ada enam karakteristik yang menjadi dasar dari *the life world*, yaitu pertama, *wide-awakeness* (ada unsur dari kesadaran yang berarti sadar sepenuhnya). Kedua, *reality* (orang yakin akan eksistensi dunia). Ketiga, dalam dunia keseharian orang-orang berinteraksi. Keempat, pengalaman dari seseorang merupakan totalitas dari pengalaman dia sendiri. Kelima, ciri dunia intersubyektif yaitu terjadinya komunikasi dan tindakan sosial. Keenam, adanya perspektif waktu dalam masyarakat.

The life world tentu dipengaruhi oleh berbagai hal, Schutz menyebutnya sebagai konsep motif. Ia membedakan konsep motif menjadi dua pemaknaan. Pertama, *because of motive* (motif yang berorientasi ke masa lalu), kedua, *in order to motive* (motif yang berorientasi ke masa depan). Motif *in order to* ini motif yang dijadikan pijakan oleh seseorang untuk melakukan sesuatu yang bertujuan mencapai hasil, sedangkan motif *because* merupakan motif yang melihat ke masa lalu. Secara sederhana bisa dikatakan pengidentifikasian masa lalu sekaligus menganalisisnya, sampai seberapa memberikan kontribusi dalam tindakan selanjutnya.

Berdasarkan penjelasan diatas disimpulkan bahwa fenomenologi adalah ilmu yang mempelajari terkait realitas yang tampak dalam kehidupan sehari-hari dengan cara mengamati, membuka diri, membiarkan fenomena tampak pada diri sendiri, lalu memahaminya. Dalam penelitian ini para *K-popers* tentu mempunyai motif yang berbeda-beda. Hal ini peneliti gali melalui pendapat Schutz terkait konsep motif yaitu *in order to motive* dan *because of motive*.

Dalam penelitian ini pun penelitian akan meneliti bagaimana pengalaman penggemar K-Pop di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga yang menyukai budaya korea serta musik pop korea. Proses dari penelitian fenomenologi dalam penelitian ini yaitu:

- a. Pertama-tama peneliti mengidentifikasi masalah penelitian yang dalam hal ini adalah fenomena budaya K-Pop di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga.
- b. Peneliti menetapkan enam jumlah informan yaitu penggemar K-Pop dari mahasiswa

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga.

- c. Peneliti melakukan wawancara secara terbuka kepada para informan untuk dapat menghasilkan jawaban yang detail dalam setiap pertanyaan yang diajukan oleh peneliti.
- d. Peneliti selalu mencatat dan merekam setiap jawaban yang diberikan oleh para informan dengan terperinci.
- e. Peneliti menggali pengalaman-pengalaman para informan dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang struktural sehingga dapat menggali pengalaman penting dari informan.
- f. Peneliti melakukan analisis terhadap hasil wawancara yang sudah dilakukan.
- g. Peneliti memilah dan menyaring data-data yang diperoleh sesuai dengan aspek-aspek yang diteliti.
- h. Menulis laporan hasil penelitian berupa hasil analisis dan interpretasi yang sesuai wawasan dan pemahaman peneliti yang kemudian diperkuat dengan pandangan teoritis yang diperoleh dari berbagai sumber referensi dan kepustakaan.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode fenomenologis. Tradisi fenomenologis menekankan pada proses interpretasi, tetapi dalam cara yang sangat berbeda daripada yang dilakukan oleh Osgood.

Teori Osgood yang jelas-jelas didasarkan pada tradisi psikologis sosial yang melihat interpretasi sebagai sebuah proses intuitif, tidak sadar, kognitif, dan berhubungan dengan perilaku. Sebaliknya, teori-teori fenomenologis memahami interpretasi sebagai sebuah proses pemahaman yang sadar dan hati-hati. Fenomenologis secara harfiah berarti penelitian tentang pengalaman sadar, dimana interpretasi mengambil peranan yang penting (Stephen W, 2013:191). Fenomenologis sebagai sebuah tradisi yang berfokus pada pengalaman batin dan pengalaman kesadaran dari seseorang. Tradisi ini berkaitan dengan bagaimana seseorang memahami dan memberi makna pada peristiwa kehidupan seseorang dan bagaimana seseorang memahami dirinya sendiri. Pada bagian ini, kita akan melanjutkan pembahasan tentang dialog yang dimulai dalam bagian sebelumnya dan melihat pada dua tokoh kunci dalam teori dialog Carl Rogers dan Martin Buber yang karyanya berakar pada tradisi fenomenologis.

1. Fokus pada sesuatu yang nampak, kembali pada kenyataan, keluar dari kehidupan sehari-hari, dan meninggalkan dari apa yang diyakini sebagai kebenaran dan kebiasaan dalam kehidupan sehari-hari.
2. Fenomenologi tertarik pada keseluruhan dengan melihat secara positif substansi dari berbagai perspektif, hingga didapat pandangan esensi dari pengalaman atau fenomena yang diamati.

3. Fenomenologi mengeksplorasi makna dan sifat fenomena melalui intuisi dan refleksi pada perilaku sadar melalui pengalaman. Makna ini pada akhirnya membawa ide, konsep, penilaian, dan pemahaman dasar.
4. Fenomenologi menggambarkan pengalaman.
5. Peneliti fenomenologi akan sangat dekat dengan fenomena yang diamati, karena fenomenologi berakar pada pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan langsung dengan makna fenomena yang diamati.
6. Integrasi dari subjek dan objek. Presepsi peneliti akan sebanding dengan apa yang dilihatnya atau didengarnya. Pengalaman akan suatu tindakan akan membuat objek menjadi subjek, dan subjek menjadi objek.
7. Penelitian inter-subyektif dalam kerangka realitas merupakan bagian dari keseluruhan proses.
8. Data yang diperoleh melalui pemikiran, intuisi, refleksi, dan penilaian adalah bukti-bukti terpenting dari pengetahuan ilmiah.
9. Pertanyaan peneliti perlu diungkapkan dengan sangat hati-hati dan setiap kata harus dipilih. Kata yang dipilih adalah kata yang paling penting untuk dapat menunjukkan makna utamanya (Stephen W, 2013:192).

Studi fenomenologi bertujuan untuk mengeksplorasi persepsi terdalam pada subjek mengenai pengalaman beserta maknanya dan berfokus pada pengalaman hidup sebagai alat untuk pemahaman yang lebih baik tentang konteks sosio-kultural, politik, atau konteks sejarah dimana pengalaman itu terjadi terdapat prosedur penting dalam studi fenomenologi, yaitu:

- a. Menetapkan sejauh mana fenomena yang diselidiki. Peneliti mencoba memahami perspektif filosofis dibalik pendekatan yang digunakan, terutama konsep mempelajari kajian bagaimana orang mengalami sebuah fenomena. Peneliti menentukan fenomena yang hendak diselidiki oleh para informan.
- b. Menyusun daftar pertanyaan. Peneliti menuliskan pertanyaan yang mengungkapkan makna pengalaman bagi para individu.
- c. Pengumpulan data. Peneliti mengumpulkan data dari individu yang mengalami fenomena yang diteliti. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan cukup lama. Teknik lain ialah dengan observasi dan penelusuran dokumen.
- d. Analisis data. Analisis data melewati tahap awal, tahap horizontalisasi, dan tahap *cluster of meaning*.
- e. Tahap deskripsi esensi. Peneliti membuat deskripsi yang komprehensif tentang makna dan esensi pengalaman subjek.
- f. Peneliti melaporkan hasil penelitiannya. Laporan ini memberikan pemahaman yang lebih baik kepada pembaca tentang bagaimana seseorang mengalami fenomena. Laporan

penelitian menunjukkan adanya kesatuan makna tunggal dari pengalaman, dimana seluruh pengalaman itu memiliki “struktur” yang penting (Pujileksono, 2015:65).

Dari definisi di atas, dapat peneliti simpulkan bahwa dalam fenomenologi terdapat kata kunci yakni objek, makna, pengalaman, dan kesadaran dari individu. Kata kunci tersebut yang menjadi peran penting dalam studi fenomenologi. Jadi, penelitian ini mempelajari pengalaman-pengalaman dari sudut pandang mahasiswa FISIP Universitas Airlangga yang menggemari budaya pop Korea.

Sifat Penelitian

Penelitian yang bersifat deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan satu atau lebih fenomena secara individu. Penelitian ini mendeskripsikan atau menggambarkan situasi yang di dalamnya terdapat catatan dan deskripsi analisis. Ciri-ciri penelitian deksriptif adalah sebagai berikut:

- a. Memusatkan perhatian pada permasalahan yang ada pada saat penelitian dilakukan atau permasalahan yang bersifat aktual.
- b. Menjelaskan fakta tentang permasalahan yang diselidiki sebagaimana adanya, diiringi dengan interpretasi rasional yang seimbang.
- c. Tugas peneliti tidak hanya memberikan gambaran terhadap fenomena-fenomena tetapi juga menjelaskan hubungan, menguji hipotesis, membuat prediksi serta mendapatkan makna dan implikasi dari suatu masalah (Moleong, 2011:11).

Penelitian deksriptif adalah suatu bentuk penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia. Fenomena tersebut dapat berupa bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena yang lainnya. Penelitian deksriptif tidak hanya melibatkan pada masalah pengumpulan dan penyuntingan data, tetapi juga meliputi analisis dan interpretasi tentang makna data tersebut. Oleh karena itu, studi deksriptif mungkin saja mengambil bentuk penelitian komparatif, yaitu studi penelitian yang membandingkan satu fenomena atau gejala dengan fenomena atau gejala lain, atau dalam bentuk studi kuantitatif dengan mengadakan klasifikasi, penilaian, menetapkan standar, dan hubungan kedudukan satu unsur dengan unsur yang lain. Penelitian deksriptif bertujuan memberikan gambaran sosial tentang suatu gejala tertentu, sudah ada informasi gejala sosial seperti yang sudah dimaksudkan dalam suatu permasalahan penelitian namun belum memadai. Penelitian deksriptif menjawab pertanyaan apa dengan penjelasan yang lebih terperinci tentang fenomena sosial yang dimaksudkan ke dalam suatu permasalahan penelitian yang bersangkutan (moleong, 2011:12).

Dapat dikatakan bahwa penelitian yang bersifat deskriptif merupakan penelitian yang mencoba menjelaskan suatu gejala, apa yang sedang terjadi, atau masalah yang nyata. Alasan mengapa penulis menggunakan penelitian deksriptif ini adalah karena penulis ingin mendeskripsikan pengaruh budaya Korean Pop terhadap gaya hidup mahasiswa FISIP Universitas Airlangga.

Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini yaitu berdasarkan pendekatan fenomenologi, dimana lebih menekankan pengalaman yang dialami oleh individu. Dimana individu memaknai pengalamannya yang berkaitan dengan fenomena tertentu yang berarti bagi individu yang bersangkutan. Pengalaman penggemar K-Pop yang dibahas dalam penelitian ini bukan hanya sekedar pengalaman yang biasa, namun pengalaman yang berkaitan dengan struktur dan kesadaran individu secara langsung maupun tidak langsung. Adapun fokus dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Latar belakang fenomena penggemar K-Pop

Dalam penelitian ini peneliti berusaha memahami bagaimana latar belakang fenomena penggemar K-Pop. Berdasarkan teori yang diambil dalam penelitian ini ada dua motif yang dikembangkan oleh Schutz yaitu *Because of motif* dan *In order to motif*. Dimana *Because of motif* lebih menekankan kepada faktor atau alasan apa saja yang membuat subjek melakukan atau memilih tindakan tersebut. Sedangkan *In order to motif* lebih kepada tujuan, dimana seorang individu bertindak sesuai dengan tujuan-tujuan guna menentukan nilai dari nilai dari tujuan itu sendiri.

Berdasarkan data lapangan yang didapat, saat menjadi seorang penggemar K-Pop, mereka merasa bahwa apa yang dilakukannya merupakan hal yang dipandang keren oleh orang lain, ingin diakui, hingga mengikuti budaya K-Pop tersebut dikarenakan tren. Mulai dari menonton acara-acara *K-pop*, membeli *merchandise*, terakhir yaitu mengikuti konser sang *Idol* yang tentunya dapat merogok uang yang lumayan banyak. Sedangkan *In order to motif* yang lebih menekankan kepada tujuan dari tindakannya yaitu mereka melakukan hal tersebut semata-mata ingin dilihat oleh orang lain.

2) Interaksi penggemar K-Pop

Dalam setiap perubahan yang dilakukan dalam kehidupan sehari-hari pasti memiliki makna tersendiri, dan perubahan yang dilakukan tentu tidak akan lepas dari pandangan orang lain. Interaksi yang dibangun oleh setiap individu itu dinamis. Seperti halnya para penggemar K-Pop akan memiliki interaksi yang berbeda dengan non penggemar K-Pop. Disini peneliti akan menggali bagaimana interaksi penggemar K-Pop dengan lingkungan atau pertemanan non penggemar *K-Pop*.

Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga Surabaya yang menyukai budaya Korean Pop yang dipilih secara acak. Adapun sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 6 orang dengan kriteria sebagai berikut:

1. Informan usia 18-25 tahun
2. Jenis kelamin perempuan dan laki-laki
3. Informan yang menyukai Korean Pop (K-Pop)

4. Informan yang gemar berkumpul dengan sesama penggemar K-Pop
5. Informan dalam keadaan sehat jasmani dan rohani serta bersedia (tanpa paksaan) menjadi informan penelitian ini

Instrumen Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, kehadiran seorang peneliti akan menentukan hasil penelitian. Seperti yang dikemukakan oleh Musa Putra dalam bukunya “Penelitian Kualitatif”, sangat penting untuk mengenali alat penelitian utama dari penelitian kualitatif peneliti itu sendiri karena peneliti adalah yang bisa bersimpati dengan penilaian pemilik realitas secara keseluruhan. Tentu saja, peneliti dapat membawa alat-alat seperti daftar pertanyaan, lembar observasi, atau peralatan seperti perekam atau kamera. Peneliti kualitatif sebagai *human instrument* memiliki kemampuan untuk mengarahkan penelitian, memilih sumber informasi sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, mengevaluasi kualitas data, menganalisis data, menginterpretasikan data, dan menarik kesimpulan dari data yang dimilikinya.

Instrumen teknis yang digunakan peneliti adalah dengan pedoman wawancara yang digunakan sebagai acuan dalam proses wawancara. Berikut adalah pedoman wawancara yang dipaparkan:

Pedoman Wawancara

No.	Pertanyaan Identitas
1.	Menurut anda, seperti apa gaya hidup masyarakat sekarang?
2.	Apa yang anda ketahui tentang Korea?
3.	Menurut anda, seperti apa budaya pop Korea?
4.	Menurut anda, bagaimana pengaruhnya terhadap gaya hidup masyarakat sekarang ini?
5.	Bisa cerita gak, bagaimana awalnya tertarik dengan Korean Pop?
6.	Apa yang membuat anda tertarik untuk menyukai Korea?
7.	Jenis-jenis apa saja yang disukai dari Korean Pop?
8.	Menurut anda, apakah Korean Pop berpengaruh terhadap diri anda?
9.	Pengaruhnya seperti apa?
10.	Apakah ada perbedaan dengan diri anda sebelum dan sesudah menyukai Korean Pop?
11.	Bagaimana diri anda ketika sebelum mengenal Korean Pop?
12.	Bagaimana diri anda ketika sesudah mengenal dan menyukai Korean Pop?
13.	Bagaimana sikap anda terhadap adanya Korean Pop?
14.	Apa yang mendorong anda bisa menyukai Korean Pop?

Definisi Konseptual

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan landasan konseptual fenomenologi, budaya, budaya populer, budaya K-Pop, dan gaya hidup.

Fenomenologi

Fenomenologi merupakan ilmu yang berorientasi untuk mendapatkan penjelasan dari realitas yang tampak. Fenomenologi berusaha mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksi makna dan konsep penting dalam kerangka intersubektivitas (pemahaman kita mengenai dunia dibentuk oleh hubungan kita dengan orang lain).

Budaya

Budaya merupakan nilai dalam suatu wilayah sebagai tatanan pengetahuan dan kepercayaan di wilayah tersebut. Budaya dapat berupa pola bahasam kegiatan, dan perilaku.

Budaya Populer

Budaya populer merupakan revolusi dari perkembangan budaya dari suatu wilayah yang kemudian menjadi realitas sosial dan dapat mengubah gaya hidup seseorang.

Budaya K-Pop

Budaya K-Pop merupakan budaya populer yang berasal dari Korea Selatan yang kemudian mendunia yang digemari para remaja termasuk di Indonesia dan juga di kalangan Universitas Airlangga.

Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan cara seseorang menampilkan identitas dirinya lewat penggunaan waktu, uang, dan barang yang mengarah pada kesenangan dan penghargaan tanpa memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan yang sebenarnya.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan salah satu langkah terpenting dalam penelitian. Teknik pengumpulan data yang akurat akan menghasilkan data yang memiliki kredibilitas yang sangat tinggi, begitu juga sebaliknya. Oleh karena itu, langkah ini tidak boleh salah dan harus dilakukan dengan hati-hati sesuai prosedur dan karakteristik penelitian kualitatif. Memang kesalahan atau ketidaksempurnaan metode pengumpulan data menimbulkan akibat yang serius, terutama berupa data yang tidak akurat, sehingga tidak dapat dipertanggungjawabkan hasil penelitian tersebut. Dalam metode penelitian kualitatif, pengumpulan data biasanya menggunakan beberapa metode pengumpulan data kualitatif, seperti wawancara, observasi, dokumentasi, dan diskusi terarah (*focus group discussion*). Metode pengumpulan data pada penelitian ini yang akan dilakukan adalah:

Data Primer

Data primer merupakan sumber data utama yang digunakan sebagai acuan. Data primer merupakan data yang secara langsung diperoleh dari subjek penelitian dan masih harus

diteliti serta memerlukan pengolahan lebih lanjut lagi. Data primer merupakan bagian integral dari proses penelitian dan yang sering kali diperlukan untuk tujuan pengambilan keputusan, data-data tersebut seperti hasil wawancara. Pewawancara biasanya mempunyai daftar pertanyaan tertulis tapi memungkinkan untuk menanyakan pertanyaan-pertanyaan secara bebas yang terkait dengan permasalahan. Sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh dari responden yang terdapat di lapangan, dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga Surabaya berusia 18-25 tahun.

a. Wawancara Mendalam (In-depth Interview)

Wawancara adalah proses komunikasi atau interaksi antara seorang peneliti dan seorang informan atau subjek penelitian untuk mengumpulkan informasi melalui tanya jawab. Dengan kemajuan teknologi informasi saat ini, wawancara dapat dilakukan tanpa kehadiran individu (*face to face*), yaitu melalui media komunikasi. Pada dasarnya, wawancara merupakan kegiatan yang bertujuan untuk memperoleh informasi rinci tentang suatu masalah atau topik yang diangkat dalam suatu penelitian atau proses verifikasi informasi yang diperoleh sebelumnya dengan cara lain. Karena merupakan proses verifikasi identitas, hasil wawancara mungkin berbeda dari informasi yang diperoleh sebelumnya. Untuk wawancara yang efektif, perlu melalui beberapa tahapan yakni memperkenalkan diri, menjelaskan tujuan kunjungan, menjelaskan materi wawancara, dan mengajukan pertanyaan (Yunus, 2010: 358). Wawancara menjadi informasi data yang dikumpulkan melalui teknik wawancara mendalam (*in-depth interview*) dimana peneliti dapat berpartisipasi secara langsung dalam kehidupan informan dan dengan bebas bertanya jawab tanpa pedoman wawancara yang sudah disiapkan untuk menjaga suasana tetap hidup dan dapat dilakukan beberapa kali.

b. Observasi

Observasi pada dasarnya merupakan kegiatan menggunakan panca indera, meliputi penglihatan, penciuman, dan pendengaran, untuk memperoleh informasi yang diperlukan guna memecahkan suatu masalah penelitian. Hasil pengamatan dapat dalam bentuk tindakan, peristiwa, peristiwa, objek, kondisi atau suasana hati tertentu, dan pengalaman emosional. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran nyata tentang suatu kejadian guna menjawab pertanyaan penelitian. Bungin (2007: 115-117) memaparkan beberapa bentuk observasi, seperti observasi partisipatif, observasi tidak terstruktur, dan observasi kelompok. Hasil observasi dapat berupa gambar, catatan, maupun

visual yang telah terekam oleh peneliti. Observasi juga merupakan bukti dari hasil pengamatan lapangan.

Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data pendukung dalam penelitian ini. Data sekunder adalah data yang diambil dari penelitian yang sudah ada seperti penelitian terdahulu, internet, jurnal, majalah dan sumber data sekunder lainnya.

Rencana Penguji Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, keabsahan data sering dipertanyakan. Penulis melakukan pemeriksaan lanjutan baik di akhir wawancara maupun selama wawancara berlangsung agar data yang diperoleh selama penelitian dapat divalidasi. Penulis pada dasarnya mengulangi apa yang disampaikan oleh informan, mengoreksi kesalahan jika ada, dan menambahkan bagian jika ada yang masih kurang. Untuk meningkatkan keabsahan data penelitian, maka dilakukan proses triangulasi yaitu suatu cara untuk mencapai kesimpulan yang tegas dan memerlukan perspektif yang lebih lengkap dan dapat diterima keabsahan datanya (Sutopo, 2002:78).

1. Triangulasi

Triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber. Metode ini menginformasikan peneliti bahwa dalam mengumpulkan data harus menggunakan banyak sumber data yang tersedia. Ini berarti bahwa data yang sama atau serupa lebih dapat diandalkan jika kebenarannya digali dari banyak sumber data yang berbeda. Triangulasi sumber yang mengeksplorasi data serupa menggunakan berbagai jenis sumber data. Peneliti dapat menggunakan teknik wawancara mendalam (*in-depth interview*) untuk memperoleh informasi dari berbagai tingkat sumber, memungkinkan informasi dari satu sumber untuk dibandingkan dengan informasi dari yang sumber lainnya.

2. Meningkatkan Ketekunan

Meningkatkan ketekunan berarti lebih berhati-hati dan melakukan pemantauan secara terus menerus. Oleh karena itu, metode ini menjamin keandalan data dan dapat direkam secara andal dan sistematis. Validasi data dengan meningkatkan invarians dilakukan dengan membaca secara cermat semua catatan hasil penelitian sehingga peneliti dapat mengidentifikasi kesalahan dan kekurangan. Dengan cara ini, peneliti dapat secara akurat dan sistematis menggambarkan data tentang apa yang mereka amati.

3. Member Check

Validasi data melalui identifikasi partisipan dilakukan dengan cara mendiskusikan kembali hasil penelitian dengan sumber data yang menyediakan data, yaitu data yang divalidasi oleh peneliti, dan penyedia data dapat melakukan penyesuaian sesuai dengan keadaannya sendiri. Jika data yang disusun peneliti dapat diselaraskan, maka dapat dipercaya. Jika mereka tidak setuju dengan interpretasi data yang diberikan kepada peneliti, peneliti harus mendiskusikannya

kembali dengan penyedia data sehingga sepakat antara peneliti dan penyedia data, maka diharapkan terwujudnya kepercayaan data penelitian.

Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Analisis data adalah studi sistematis dan penyusunan data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dan dokumen dengan mengorganisasikan data ke dalam kategori, menggambarkan data ke dalam unit-unit, mensintesis data, mengaturnya menjadi model-model, memilih mana yang penting dan mana yang harus dipelajari, dan menarik kesimpulan dengan cara yang mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain. Proses analisis data dalam penelitian ini meliputi:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Mereduksi atau meringkas data adalah kegiatan peneliti menyeleksi, menyortir, dan mengkodekan data, memfokuskan pada apa yang penting, mencari topik dan pola, dan membuang data yang tidak perlu. Data yang direduksi dengan cara ini memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan peneliti dalam mengumpulkan data.

2. Menyajikan Data

Setelah data diolah, peneliti menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif, representasi data ini dapat dilakukan dalam grafik dan sejenisnya. Penyajian data memudahkan untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan pekerjaan lebih lanjut berdasarkan pemahaman tersebut.

3. Menarik Kesimpulan

Menurut Miles dan Huberman, menyimpulkan dan validasi dalam analisis data kualitatif adalah menarik kesimpulan dan validasi. Peneliti menarik kesimpulan berdasarkan data yang tersedia. Kesimpulan awal yang ditarik masih bersifat tentatif dan akan berubah jika tidak ditemukan bukti pendukung pada tahap pengumpulan data selanjutnya. Namun, ketika peneliti kembali ke lapangan pengumpulan data, jika kesimpulan yang ditarik pada awalnya didukung oleh bukti yang andal dan konsisten, maka kesimpulan yang ditarik adalah kredibel.

Kesimpulan ini dibuktikan dengan cara menafsirkan berdasarkan kategori yang ada sehingga dapat diketahui hubungan budaya K-Pop dengan gaya hidup penggemar K-Pop di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga Surabaya.

Budaya Korea yang ada sangat bervariasi dan luas, namun berdasarkan pengamatan yang dilakukan peneliti terhadap fandom Korea, konsumsi budaya Korea yang dominan dapat dikategorikan penggemar yang menyukai hal-hal yang berbau K-Pop. Penulis melakukan penelitian terhadap budaya pop Korea karena dianggap paling banyak peminatnya di kalangan mahasiswa saat ini mengonsumsi budaya pop Korea pada mahasiswa FISIP UNAIR dapat terbilang sangat massal, dapat dilihat dari hasil penelitian mengenai perilaku remaja penggemar musik pop Korea baik pada media elektronik seperti televisi, juga dapat diketahui bahwa penggemar pop Korea memiliki perilaku-perilaku tertentu. Alasan mereka senang dengan budaya pop Korea karena wajah cantik dan tampan artis-artis Korea,