

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin banyaknya minat para remaja terhadap musik dan budaya k-pop. Idol grup k-pop pun seringkali hadir di Indonesia untuk menggelar konser, salah satunya boygrup iKON yang pada tahun lalu menjadi guest star di acara Closing Ceremony Asian Games (CCAG) dan dalam kesempatan tersebut membuat banyak penggemar baru yang menyukai k-pop melalui iKON. Dari latar belakang tersebut fokus dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana bentuk ideologi dari penggemar budaya k-pop khususnya pada *fandom* iKONIC di Surabaya.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis deskriptif dan untuk menganalisa penelitian ini, peneliti menggunakan konsep ideologi dari teori Cultural Studies John Storey. Teknik penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive*, yaitu pemilihan informan yang dilakukan secara sengaja dengan memperhatikan karakteristik-karakteristik yang relevan dengan permasalahan penelitian.

Hasil dari penelitian ini adalah (1) Ideologi yang terbentuk dalam *fandom* iKONIC ditunjukkan dengan adanya berbagai rutinitas kegiatan *fangirling* baik secara individu maupun kelompok. Kegiatan *fangirling* secara individu dilakukan oleh informan seperti mengupdate informasi mengenai idola nya (iKON) di berbagai media sosial yang mereka miliki; mendengarkan musik k-pop; selalu memberikan dukungan kepada idolanya dalam bentuk melakukan streaming khususnya di situs media Korea, memberikan donasi dan mendukung seluruh kegiatan idolanya. Sedangkan kegiatan *fangirling* yang dilakukan informan secara berkelompok adalah dengan menghadiri event bersama teman-teman iKONIC, melakukan konser mini dan menonton video iKON bersama (2) Dari ideologi tersebut juga terlihat aktivitas konsumsi dari informan yang menunjukkan bahwa mereka semakin konsumtif serta cenderung ingin mengoleksi *merchandise* kpop, terutama pada produk iKON.

Kata Kunci : Aktivitas Konsumsi, Budaya Populer, Fandom, Ideologi Penggemar, Cultural Studies

ABSTRACT

This research is motivated by the growing interest of teenagers in music and k-pop culture. K-pop idol groups are also often present in Indonesia to hold concerts, one of them is iKON boy group who last year became a guest star on the Asian Games Closing Ceremony (CCAG) and on this occasion made many new fans who like k-pop through iKON. From this background the focus in this study is to find out how the ideology of k-pop culture fans in particular in the iKONIC fandom in Surabaya.

This study used qualitative methods with descriptive analysis and to analyze this study, researchers used the ideological concept of John Storey's Cultural Studies theory. The technique of determining informants in this study uses a purposive technique, namely the selection of informants who are intentionally carried out by paying attention to the characteristics that are relevant to the research problem.

The results of this study are (1) The ideology formed in the iKONIC fandom is indicated by the existence of various routine fangirling activities both individually and in groups. Individual fangirling activities are carried out by informants such as updating information about their idols (iKON) on various social media they have; listen to k-pop music; always giving support to his idol in the form of streaming especially on Korean media sites, giving donations and supporting all of his idol activities. While the fangirling activities carried out by informants in groups were by attending events with iKONIC friends, holding mini concerts and watching videos of iKON together (2) From these ideologies also seen consumption activities from informants who showed that they were increasingly consumptive and tended to collect kpop merchandise , especially on iKON products

Keywords: Consumption Activities, Popular Culture, Fandom, Fan Ideology, Cultural Studies