

Perilaku Komunikasi Para Penggemar Korean Pop (Studi deskriptif Pada Masyarakat Rawasari)

Thomas Bambang Pamungkas¹, Lasmary RM Girsang², Ignatius Ricky Loyola³

¹Universitas Nasional ^{2,3} Universitas Bunda Mulia

¹tb.pamungkas@civitas.unas.ac.id; ²lgirsang@bundamulia.ac.id; ³rickyloyola@gmail.com

Diterima	Direvisi	Disetujui
24-06-23	28-06-23	05-07-23

Abstract - *Korean Pop (K-Pop) has been endemic in Indonesia, especially in the Rawasari area, East Jakarta. Fans often share information, discuss K-Pop. Their communication behavior to Korea, of course, brings about a change in the culture of communication in Indonesia. This can be a problem for fans and the wider community. Based on the limitations that are focused on verbal communication carried out by KPOP fans in their daily behavior. This can be a problem for fans and the wider community. To find out the communication behavior of Kpop fans in social life, this study aims to find out the fanaticism of KPOP fans which is part of communication behavior. Qualitative research based on this constructivist paradigm found results from informants who live in the Rawasari area (East Jakarta) that Korean Pop (KPOP) is in demand by teenagers/younger generations in Jakarta.*

Keywords: *Communication Behavior, Fans, Korean Pop*

PENDAHULUAN

Perilaku komunikasi telah mengalami banyak perubahan, salah satunya akibat masuknya budaya Korean Pop (K-Pop) ke masyarakat Indonesia. Para penggemar K-Pop mengikuti perilaku idolanya, seperti cara berbicara/berkomunikasi. Fenomena yang sering ditemukan dikarenakan ketertarikan atas K-Pop turut merubah perilaku komunikasi para penggemar. Mulai dari menirukan aksen/logat hingga membentuk circle baru sebagai sebuah komunitas.

K-Pop yang telah ‘mendunia’ juga perlahan ‘meresap’ ke dalam kehidupan para remaja di Indonesia, khususnya. Yang dimana pada rentan umur remaja ini sedang mudah terpengaruh dengan apa yang mereka lihat dan mereka sukai. K-Pop tidak hanya didasari dari nyanyian, pakaian dan juga tarian, tetapi juga tradisi. Pemahaman dan penyesuaian diri dari para penggemar K-Pop sering tidak ada batasan dikarenakan para penggemar tidak memilih atau menyaring

lagi apa yang dapat diikuti dan apa yang seharusnya tidak mereka ikuti.

Berkembangnya budaya Korea di Indonesia sebagai wujud globalisasi dalam dimensi komunikasi dan budaya. Globalisasi dalam dimensi ini terjalin karena adanya proses mengkreasi, menggandakan, menekankan, dan mengintensifikan pertukaran serta ketergantungan informasi dalam dunia hiburan. Meski demikian, apabila penggemar Korea ini tidak diiringi dengan apresiasi terhadap kebudayaan nasional, sampai dikhawatirkan ekstensi kebudayaan nasional bergeser nilainya jadi pinggiran. Pola gaya anak muda yang meniru gaya dalam budaya Korea membuat para anak muda jadi korban mode, para anak muda membeli apa saja yang dilihat dalam budaya Korea serta apa yang digunakan idola mereka.

Dari contoh tersebut meyakinkan kalau bila anak muda saat ini telah tidak memahami kebudayaannya sendiri, hingga kebudayaan nasional bisa punah serta berubah dengan kebudayaan baru yang tidak seluruhnya cocok dengan karakter budaya,

serta tidak mencerminkan Indonesia. Perihal yang sangat disayangkan merupakan, kecenderungan menggemari budaya baru yang bukan budaya asli negeri dimana mereka tinggal. Dimana mereka menyangka budaya baru tersebut lebih bagus, hebat, ataupun keren. Perihal tersebut sejalan kala warga mulai meninggalkan budaya aslinya. Termasuk di salah satu wilayah di Jakarta Timur, tepatnya di Rawasari, terdapat beberapa remaja yang menyukai K-Pop.

Menurut Yuanita (2012), K-Pop/Korean Pop merupakan tipe aliran ataupun jenis musik yang berasal dari Korea Selatan, korean pop berciri khas lagu-lagu riang dengan tempo kilat serta lirik bahasa Korea dikombinasikan dengan bahasa Inggris dengan diiringi modern dance. Tidak hanya itu, personil korean pop merupakan orang Korea yang sebagian besar mempunyai wajah yang menawan serta tampan, modis, serta performa yang optimal. Perihal inilah yang setelah itu banyak membuat anak muda lain dari bermacam Negeri di Asia, buat meniru gaya K-pop.

Di negara Korea, terbentuk banyak boyband atau girlband yang menyanyi dalam satu grup, menyanyikan lagu disertai gerakan atau tarian. Lagu-lagu yang diciptakan selalu menjadi daya tarik yang menarik bagi para penggemar K-pop, yang langsung tersebar dan diterima dengan antusias.

Penggemar berasal dari kata “gemar” yang mempunyai makna suka sekali ataupun sangat. Penggemar ialah kesukaan seorang terhadap suatu yang mempunyai energi tarik untuk yang menyukainya. Penggemar dalam bahasa Inggris dimaksud sebagai fans. Dalam dunia K-Pop, fans sendiri memiliki istilah K-Popers. Di Korea Selatan, idol K-Pop membentuk komunitasnya sendiri, pada tiap boyband serta girlband mempunyai nama fandom formal tiap-tiap yang dikeluarkan oleh agensi yang menaungi boyband serta girlband terpaut. Fandom merupakan istilah lain dari sekelompok penggemar. Fandom adalah sebutan yang digunakan buat menunjuk pada subkultur tertentu, bermacam perihal serta bermacam

aktivitas yang berkenaan dengan penggemar serta pula kegemarannya (Zaini, 2018: 48).

Fanatisme bagi Kamus Sosiologi mengatakan bahwasanya fanaticism (Fanatisme) merupakan antusiasme yang kelewatan serta tidak rasional buat, ataupun dedikasi kepada, suatu teori, kepercayaan, ataupun garis aksi, yang memastikan perilaku yang sangat emosional, serta kefanatikan misi, serta instan tidak memahami batas-batas.

Fanatisme ialah ekspresi kelewatan yang disadari ataupun tidak, menggambarkan kecintaan segolongan manusia terhadap sesuatu perihal tertentu yang sudah dikira serta diyakini selaku sesuatu perihal yang terbaik untuk diri manusia tersebut. Sedangkan fanatik merupakan perwujudan dari perilaku fanatisme, umumnya berbentuk perbuatan serta tingkah laku, orang yang sudah fanatik pada sesuatu perihal tertentu umumnya hendak melaksanakan apa saja buat memuaskan keinginannya. Dampak dari fanatisme tersebut bisa dilihat dari sikap para penggemar musik tersebut, yang umumnya memuja pada vokalisnya, yang umumnya dicoba oleh para penggemar ini merupakan mengoleksi kaset, CD (compact disc), maupun VCD (Video Compact Disc) nya, menyaksikan konser bintang idolanya di bermacam tempat, sampai menata riasan kamarnya dengan bermacam foto serta aksesoris bintang idolanya.

Anak muda mempunyai kecenderungan besar jadi penggemar fanatik yang tergabung dalam sesuatu komunitas penggemar yang diucap fandom, sebab pada masa anak muda rentan terbawa- membawa zona sosial, dan dimana pada masa ini mereka lebih memilih mementingkan kepentingan kelompok serta teman sebaya (Jannah, 2014 dalam Eliani dkk, 2018: 67).

Penggemar merupakan suatu kelompok warga yang menggemari satu perihal secara bertepatan. Menggemari suatu dengan sangat bersemangat serta secara berkelompok serta itu bisa membuat suatu fanbase. Dalam riset ini yang dimana pada perihal ini yang disukai merupakan girlband

ataupun boyband dari Korea yang dimana bisa diucap selaku Kpopers.

METODE PENELITIAN

Objek dalam riset ini merupakan sikap komunikasi yang dicoba penggemar K-Pop yang dimana para penggemar ini yang umumnya merupakan anak muda yang mana mereka memandang serta menggemari K-Pop sehingga pengaruhi kehidupan satu hari hari mereka serta salah satunya dalam perihal berbicara itu sendiri.

Metode kualitatif lebih berdasarkan pada sifat fenomenologis yang mengutamakan penghayatan (Verstehen). Metode kualitatif berusaha memahami dan menafsirkan makna suatu peristiwa interaksi tingkah laku manusia dalam situasi tertentu menurut perspektif peneliti itu sendiri. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami objek yang diteliti secara mendalam.

Subjek dalam penelitian ini adalah penggemar K-Pop yang dengan rentang usia dari 15-25 tahun, yang memiliki perasaan untuk menyukai sesuatu secara mendalam. Penelitian ini mencari informasi yang bersedia berbagi pengalaman dalam hal penggemar K-Pop ini, yang akan diambil dari segi komunikasi dan bagaimana cara mereka berkomunikasi di dalam masyarakat.

Penelitian ini peneliti menggunakan strategi analisis deskriptif kualitatif. Dengan strategi analisis ini peneliti menafsirkan data dengan situasi yang sedang terjadi, sikap, dan pandangan yang ada pada masyarakat, perbedaan antar fakta, dan pengaruh terhadap suatu kondisi. Kegiatan penelitian ini meliputi, pengumpulan data, menganalisis data, menginterpretasi data, dan memberikan sebuah kesimpulan yang mengacu pada penganalisisan data tersebut. Adapun informan adalah penggemar K-Pop yang berada di Jakarta Timur, Rawasari, Bulog yang akan menjadi sumber informasi melalui teknik observasi dan wawancara mendalam. Sugiono (2013) menjelaskan bahwa observasi merupakan sesuatu proses yang tersusun dari bermacam proses biologis serta psikologis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti mendapatkan informasi tentang Helen Nadya Kaparang (selaku informan pertama) dari salah satu penggemar K-Pop yang berada di Rawasari, merupakan mahasiswi berkuliah daring di sebuah kampus di Semarang. Telah menggandrungi K-Pop selama 10 tahun lebih, berawal dari music video boyband.

Termasuk informan kedua yakni Eva Ailieen Frederica yang mengenal K-pop sejak Super Junior (SuJu) pertama kali hadir di Indonesia. Sedangkan Kanaya Silva Putri Pranditya selaku informan ketiga menjelaskan telah menyukai K-pop sejak 2018 (dari hasil wawancara 20 Mei 2022).

Terkait cara pandang penggemar K-pop, informan pertama menanggapi bahwa K-pop sebagai hiburan atau refreshing diri dari kegiatan sehari-hari. Salah satu yang menjadi hiburan adalah drama Korea, terkadang berhubungan dengan kehidupan nyata dan bisa menjadi pelajaran hidup yang lebih baik kedepannya.

“Iya aku melihat Kpop sebagai refreshing aja sih. Apalagi kalo drakor tu cerita yang dibawa tu bener bener relate ke kehidupan semua orang. Jadi mungkin itu juga si kenapa budaya Korea khususnya entertainmenya itu disukai banyak orang. Selain refreshing bisa dapet life lesson juga disitu”

Saat peneliti menanyakan hal yang sama pada informan ke-2, dijelaskan sebagai berikut:

“Pandangan saya mengenai K-pop itu ialah merupakan suatu hiburan bagi saya di kelas saya jenuh bisa saya butuh penyemangat dalam mengerjakan sesuatu saya dapat mendengarkan lagu K-pop atau melihat musik video k-pop”

Sedangkan bagi informan ke-3, dianggap sebagai penyemangat atau pembangkit mood, layaknya kutipan wawancara berikut: “Kalau saya untuk penyemangat si, karena menurut saya idol korea yang saya gemari tidak hanya sekedar idola biasa tetapi mereka memberikan semangat ketika saya sedang lelah atau tidak mood”

Tanggapan atas masuknya Budaya Korea ke Indonesia dianggap informan pertama sebagai berikut:

“Menurut saya dengan Korea masuk ke dalam masyarakat Indonesia itu sangat wajar sih ya. Mengingat dari Koreanya sendiri mampu “menjual” kebudayaan mereka dengan entertainment dan Indonesia yang notabene masyarakatnya itu sangat “mudah” menerima atau menyambut sesuatu hal yang baru sehingga perkembangan Korea yang sangat pesat di Indonesia ini tidak heran sih menurut saya”.

“Kalau melihat anak jaman sekarang yang SD gitu gitu, mereka lebih tertarik dengan budaya Korea dilihat dari ya musik yang didengar, atau mungkin pengetahuan umum mereka, atau mungkin ya dari gaya berpakaian mereka, dll”.

Informan ke-2 menyatakan senang melihat budaya Korea yang berkembang dengan bagus dan diterima dengan baik juga di Indonesia. Tetapi tetap ada kekhawatiran terhadap masyarakat khususnya generasi muda lebih melekat kepada budaya Korea, bukan budayanya sendiri. Hal seperti ini yang memerlukan edukasi lebih lagi dan perhatian lebih kepada masyarakat Indonesia, bahwa kita diizinkan menerima Budaya asing masuk tetapi tetap kita harus berpegang teguh terhadap Budaya Indonesia itu sendiri.

Tetapi untuk Kanaya, informan ketiga mengatakan bahwa:

“pandangan saya mungkin ada negatif dan positif nya ya dan itu tergantung pembawaan setiap orang juga si mereka lebih mengarah ke yang positif atau negatif”

Menurut informan, dalam hal ini pasti selalu ada sisi positif dan negatif yang terjadi. Sebagai masyarakat Indonesia, tetap perlu mengambil sikap menyikapi hal tersebut lebih baik lagi.

Selanjutnya, penulis ingin mengetahui bagaimana praktik komunikasi dalam budaya Korea. Dalam berinteraksi dengan individu satu dan yang lainnya kita perlu berkomunikasi, karena kita manusia juga makhluk sosial. Komunikasi tidak

terjadi hanya di satu tempat saja, tetapi juga terjadi di seluruh pelosok dunia, dan tentunya di semua tempat memiliki cara berkomunikasi dan Bahasanya masing-masing sesuai dengan kebudayaan yang dianut.

Informan pertama menjelaskan bahwasanya sering menggunakan bahasa Korea versi singkat.

“Lumayan sering sih, tapi paling yang pendek pendek aja kayak “omo” (OMG), “aishh” (kalo kayak kesel ato kayak ngeluh). Jarang pake yang lain sih karena kalo aku pribadi aga ga nyaman kek gitu WKWKWK Sejauh ini ngga si ya, karena kalo aku pribadi pake kata kata itu karena enak aja gitu untuk jadi kata pengganti. Kayak campur campur sih ya jadinya, kadang pake inggris, kadang pake korea, gitu gitu.”

Karena terbiasa menjadi kata pengganti sehari hari dan dalam berkomunikasi juga memberikan tanggapan yang menggunakan bahasa, maka harus mengetahui tempat dan kondisi, karena kita tetap harus mengetahui situasi.

Informan ke-2 menjelaskan penggunaan bahasa Korea hanya untuk menyapa teman dan telah menjadi kebiasaan. Tetapi di satu sisi, hal ini berdampak negatif untuk Eva, karena Eva menjelaskan bahwa terkadang memiliki kendala.

“akan hal tersebut dikarenakan beberapa orang atau teman yang saya ajak berkomunikasi itu tidak semuanya mengetahui bahasa Korea sehingga hal tersebut dapat membuat saya malu atau orang lain tidak mengerti apa maksud saya”.

Namun informan ke-3 justru untuk menggunakan bahasa Korea tidak mengalami gangguan karena ia dan teman sangat menyukai K-Pop secara bersamaan.

Dijelaskan juga bahwa cukup sering dalam berkomunikasi dengan sesama K-Pop, dan tetap sama jika dengan orang yang tidak mengetahui K-Pop, informan juga tetap melihat situasi dan kondisi.

Berdasarkan temuan penulis, tanggapan atas budaya Korea dari Penggemar K-Pop di Jakarta Timur telah

menunjukkan bahasanya budaya Korea yang sudah sangat luas pasarnya menjadikan industri musik meluas ke seluruh dunia. Hal ini membuat artis Korea seperti boyband dan girlband menjadi terkenal di seluruh dunia. Helen menjelaskan:

“Kebudayaan Korea itu cukup unik dan sangat menjual terutama di entertainmenya. Kalau soal beragam atau tidak, tentu budaya Indonesia lebih beragam. Namun menurut saya, Korea itu dapat menjual budaya mereka melalui musik, drama, dll sehingga kita menjadi lebih tertarik untuk mengetahui lebih lanjut dan menerapkan budaya Korea itu di kehidupan sehari-hari kita”.

Kemudian informan ke-2 melihat kebudayaan Korea yang masuk ke dalam Indonesia dapat memunculkan pikiran negatif dan juga positif kedalamnya, isu isu yang negatif seperti Budaya Korea akan mengambil alih sebagian besar budaya Indonesia yang akan membuat para penerus bangsa melupakan Budayanya sendiri, tetapi di sisi lain, budaya Korea yang masuk ke dalam Indonesia membuat sebuah pemikiran baru yang dimana kita sebagai Negara Indonesia berarti terbuka untuk kebudayaan lainnya.

“Cara saya memahami kebudayaan orang lain atau kebudayaan Korea yang saat ini sedang dibahas yaitu saya mempelajari kebudayaan tersebut terlebih dahulu seperti dari kebudayaan Korea saya mempelajari budaya mereka dari bahasa mereka serta dari acara tv mereka seperti drama dan acara variety show mereka. Dari kedua hal tersebut saya dapat memahami dan mempelajari mempelajari budaya mereka sangatlah berbeda dari kebudayaan saya yaitu kebudayaan Indonesia dapat dilihat dari cara mereka berbicara yaitu intonasi berbicara mereka sangatlah berbeda dari intonasi berbicara orang Indonesia bahwa orang Korea berbicara lebih ekspresif dibandingkan cara berbicara orang Indonesia. Lalu dapat dilihat juga bahwa kebudayaan Korea itu sangat berbeda dan juga bergerak bahkan dengan kebudayaan Indonesia yang di mana kebudayaan Korea

di sana itu tergolong lumayan bebas seperti operasi plastik merupakan hal yang biasa di kebudayaan Korea”.

Setiap budaya di setiap negara memiliki ciri khas. Dalam hal ini, budaya Korea tentu mempunyai ciri khas menggambarkan negara mereka sendiri. Dan dalam hal ini setiap masyarakat yang menyukai K-Pop mempunyai gambaran mereka sendiri mengenai Budaya Korea itu. Dalam penelitian ini juga, peneliti memberikan pertanyaan kepada informan mengenai gambaran budaya Korea itu sendiri dari mata para penggemar K-Pop. Karena seperti yang diketahui, pandangan masyarakat Indonesia terhadap kebudayaan asing masing kurang diapresiasi, bahkan ada yang memandang buruk. Maka dari itu peneliti ingin menanyakan tanggapan dari para informan mengenai hal tersebut.

Menurut Helen dalam wawancaranya menjelaskan bahwa dengan budaya Korea itu sendiri yang hampir merubah tatanan sistem di Indonesia tidak bisa dihindari, karena yang harus diperhatikan bukanlah budaya yang masuk kedalam Indonesia, tetapi bagaimana kita masyarakat Indonesia dapat berani membuka diri dengan Budaya baru yang masuk kedalam Indonesia.

“Karena kek perkembangan teknologi, trus globalisasi, and so on ya pasti membuat kita akan terpapar dengan pengaruh pengaruh budaya luar. Tapi yang mungkin harus dipertanyakan adalah gimana cara kita bisa tetap menerima dan menghargai budaya kita sendiri agar tidak mengglorifikasi budaya orang lain. Dan menurut saya itu perlu bantuan pemerintah si ya. Karena ya to be honest, ini aku denger dari podcastnya jeremy thomas, kek waktu itu mereka ngomong “kenapa Indonesia gak akan pernah bisa kayak Korea”.

Hal itu dikarenakan pemerintah Indonesia kurang mendukung industri hiburan di Indonesia itu sendiri. Menurut Helen sebagai penggemar K-Pop, dari hal tersebut juga perlu dukungan dan bantuan dari pemerintah agar Indonesia juga dapat berkembang menjadi negara maju dalam dunia hiburan.

Menurut Eva, informan kedua justru sedikit berbeda karena menurut Eva sendiri, Eva membenarkan dalam wawancara disampaikan:

“Menurut saya ,iya. Budaya Korea saat ini sudah sangat menimpa budaya Indonesia. Dikarenakan banyak generasi generasi jaman sekarang yang hampir tidak mengetahui kebudayaan Indonesia”

Banyak generasi zaman sekarang yang hampir tidak mengetahui budayanya sendiri karena terlalu banyak mengikuti budaya lain selain Indonesia sendiri. Tetapi di sisi lain, Eva berpendapat budaya Korea itu belum sampai merubah tatanan sistem budaya di Indonesia, karena tetap walaupun budaya Korea sudah luas harus diusahakan budaya Indonesia dilestarikan dan tetap dikenal oleh masyarakat Indonesia.

Menurut informan ke-3, meskipun budaya Korea, tetapi tidak lupa akan budaya Indonesia yang sangat luar biasa juga.

“Menurut saya sangat disayangkan ya karena kebudayaan indonesia sudah sangat bagus dan luar biasa, kalau sampai tatanan sistemnya berubah itu sangat disayangkan dan membuat warga negara indonesia itu sendiri kecewa.

Kanaya dalam wawancaranya sangat berharap walaupun dalam perkembangan zaman ini banyak Budaya asing yang masuk dan salah satunya adalah K-pop ini, jangan sampai merusak tatanan sistem yang sudah menggambarkan Indonesia itu sendiri.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, peneliti memperoleh kesimpulan. Dalam penelitian ini, peneliti memiliki tiga orang informan yang dimana informan ini adalah penggemar K-Pop. Dalam pertanyaan yang telah diberikan kepada para informan ada beberapa hal yang dapat disimpulkan bahwa dalam konteks K-Pop ini ada dua pandangan untuk orang memandangnya yaitu positif dan negatif, tergantung bagaimana masyarakat itu mengambil sudut pandang dari K-pop itu sendiri. Hasil dari penelitian ini juga menunjukkan bahwa K-Pop sendiri dapat membawa kesenangan dan semangat

hidup bagi para penggemar, karena mereka dapat menjalani keseharian mereka dengan baik karena mendengarkan K-Pop. Serta menunjukkan bahwa K-Pop ini yang masuk kedalam Indonesia tidak merubah tatanan sistem kebudayaan Indonesia itu sendiri, karena Indonesia sendiri terbuka bagi para kebudayaan yang ingin masuk kedalam Indonesia, masuk bukan dalam artian menggantikan, tetapi berarti kita terbuka untuk budaya asing.

DAFTAR PUSTAKA

Talika, F. T. (2016). Manfaat Internet Sebagai Media Komunikasi Bagi Remaja Di Desa Air Mangga Kecamatan Laiwui Kabupaten Halmahera Selatan. *Acta Diurna Komunikasi*, 5(1).

Nurudin. (2017). *Ilmu Komunikasi: Ilmiah dan Populer*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Siddiq, M., & Salama, H. (2019). Etnografi Sebagai Teori Dan Metode. *Kordinat: Jurnal Komunikasi antar Perguruan Tinggi Agama Islam*, 18(1), 23-48.

Windiani, W., & Rahmawati, F. N. (2016). Menggunakan metode etnografi dalam penelitian sosial. *DIMENSI-Journal of Sociology*, 9(2).

Rachmaniar, R., Prihandini, P., & Anisa, R. (2021). Studi Etnografi Virtual tentang Budaya Mahasiswa dalam Perkuliahan Online di Aplikasi Zoom. *Media Komunikasi FDo, Thao Emilie*. (2012). *Emergence of The Korean Popular Culture In The World*. [Versi Elektronik]. Turun Ammattikorkeakoulu Thesis Turku University of Applied Sciences. *PIPS*, 20(2), 81-92.

Yuanita, Sari. (2012). *Korean Wave: Dari K-Pop Hingga Tampil Gaya Ala Korea*. Yogyakarta: IdeaTerra Media Pustaka.

Eliani, Jenni M. Salis Yuniardi Alifah Nabilah Masturah. (2018). Fanatisme dan Perilaku Agresif Verbal di Media Sosial pada Penggemar Idola K-Pop. *Jurnal Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, Vol 3, No 1 (2018), 59–72

Ri'aeni, I. (2019). Pengaruh budaya korea (K-Pop) terhadap remaja di Kota Cirebon. *Communications*, 1(1), 1-25.

Zaini. (2018). *Dinamika Perkembangan Musik Kpop Dalam Perspektif Industri Budaya*. Ppkb.fib.ui.ac.id.

Rinata, A. R., & Dewi, S. I. (2019). Fanatisme penggemar kpop dalam bermedia sosial di instagram. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 13-23.

Hidayati, N., & Indriana, Y. (2022). Hubungan Antara Fanatisme Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Penggemar Kpop Di Semarang. *Jurnal Empati*, 11(01), 56-60.

Gunawan, I. (2013). *Metode penelitian kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara, 143, 32-49.

Usop, T. B. (2019). *Kajian Literatur Metodologi Penelitian Fenomenologi dan Etnografi*. *Jurnal Researchgate Net*.

Michael Jibrael Rorong. (2020). *Fenomenologi CV*. Budi Utama Yogyakarta