

## FANATISME MAHASISWA UNIVERSITAS INABA TERHADAP K-POP

Deviana Safitri<sup>1</sup>, Syifa Hanifa<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Indonesia Membangun

<sup>1</sup>devianasftr18@gmail.com, <sup>2</sup>syifahanifahanifa@gmail.com

### ABSTRAK

Dengan adanya budaya luar yang masuk ke Indonesia membawa dampak positif dan dampak negatif bagi penggemar *K-Pop*. Dampak positif dari *K-Pop* yaitu terhindar dari kenakalan remaja karena mereka akan terfokus pada penggemarnya, memotivasi untuk belajar bahasa asing.. Adapun dampak negatif dari *K-Pop* yaitu banyak remaja yang melupakan kebudayaannya sendiri. Penelitian ini merupakan penelitian membahas Fanatisme mahasiswa Universitas Indonesia Membangun terhadap *K-Pop*. Yang dimana pada saat itu masyarakat Indonesia sangat menyukai *K-Pop*, bahkan sampai fanatisme dalam mengidolakan fansnya. Pendekatan Kualitatif, metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif yang dimana pada metode penelitian kualitatif ini cocok untuk penelitian Fanatisme Mahasiswa Universitas Indonesia Membangun terhadap *K-Pop*, penelitian ini meneliti ilmu sosial dengan bentuk analisis dan kesimpulan yang bergantung kepada ketajaman analisis penelitian. Hasil penelitian berdasarkan responde dari mahasiswa Universitas Inaba bahwa media sosial seperti twitter, Instagram, facebook dan lain sebagainya yang membuat mereka tahu dan juga lebih memahami lebih luas mengenai *K-Pop* dengan adanya media sosial. Saran yang dapat disampaikan perilaku fanatisme penggemar *K-Pop* perlu diimbangi dengan rasa nasionalisme yang tinggi, Indonesia harus lebih memajukan industri hiburan agar tidak tergeser dengan industri hiburan luar.

**Kata kunci:** fanatisme, kebudayaan, universitas inaba

### ABSTRACT

. The positive impact of K-Pop is avoiding juvenile delinquency because they will focus on their fans, motivating them to learn foreign languages. The negative impact of K-Pop is that many teenagers forget their own culture. This research is a study discussing the fanaticism of students at the University Indonesia Build for K-Pop. Which at that time the Indonesian people really liked K-Pop, even to the extent of fanaticism in idolizing their fans, this research examines the social sciences with a form of analysis and conclusions that depend on the sharpness of the research analysis. The results of the research are based on respondents from students at the University of Indonesia Build that social media such as Twitter, Instagram, Facebook and so on makes them know and also understand more broadly about K-Pop with social media. Suggestions that can be conveyed by the fanatical fans of K-Pop fans need to be balanced with a high sense of nationalism, Indonesia must further advance the entertainment industry so that it is not displaced by the outside entertainment industry.

**Keywords:** *Fanaticism towards k-pop, Culture, University Inaba*

## PENDAHULUAN

Globalisasi adalah terbentuk dari orang-orang dan organisasi yang didalamnya terdapat banyak sumber informasi dari luar. Segala aspek kehidupan semakin berkembang pesat dengan adanya teknologi, dengan adanya teknologi dan internet banyak orang yang menggunakan teknologi tersebut dengan mengakses media-media yang ada di luar. Budaya luar sangat sekali mudah masuk ke Indonesia melalui globalisasi. Pada dasarnya bukan orang dewasa saja yang dapat mengakses internet bahkan anak usia dini sering kali menggunakan teknologi dengan mengakses internet. Internet membawa dampak positif dan negatif, bagi Indonesia salah satunya dari dampak positif masyarakat Indonesia bisa mengenal kebudayaan-kebudayaan, musik, kehidupan, dan lain-lain. Tapi dibalik itu semua ada dampak negatif yang membuat masyarakat menjadi fanatisme terhadap budaya negara lain.

Indonesia saat ini merupakan negara dengan jumlah penduduk terbesar keempat di dunia merupakan rumah bagi jutaan *K-Pop*. Pada tahun 2019, *Twitter* mengumumkan daftar negara yang paling banyak men-*tweet* terkait artis *K-Pop* sepanjang tahun 2019 dan Indonesia berada pada

peringkat 3 setelah Thailand dan Korea Selatan. Sedangkan pada penayangan video-video *K-Pop* di Youtube berdasarkan negara, Indonesia menempati posisi ke 2 dengan presentasi 9,9% (Won So, 2020). Sementara itu, Korea Selatan berada di posisi pertama dengan presentase yang tidak jauh berbeda dari Indonesia yaitu 10,1%.

Salah satunya remaja sekarang sangat digandrungi oleh masyarakat Indonesia yaitu kebudayaan Korea Selatan, yang dimana pada masyarakat Indonesia ini sangat menyukai makanannya, kehidupannya, *K-Drama*, dan *K-Pop*. Bahkan sampai ada juga dikalangan remaja sampai menonton konser artis idolanya atau mengumpulkan koleksi foto-foto artis Korea idolanya. Pada *K-Drama* dan *K-Pop* mereka secara langsung membawa budaya mereka ke Indonesia yang dimana pada budaya Korea ini akan diresapi oleh masyarakat Indonesia dan akan mengikuti kebudayaannya.

Budaya Korea yang paling banyak diminati adalah musiknya, yang dimana musik dari budaya Korea yang paling dikenal adalah musik bergenre pop atau yang bisa disebut dengan *Korean Pop* atau *K.Pop*. *K-Pop* sendiri identik dengan adanya *girlband* dan *boyband* yang dimana sekumpulan perempuan atau laki-laki yang berada

dibawah suatu manajemen atau agensi. Beberapa contoh *girlband* dan *boyband* Korea antara lain Super Junior, Blackpink, EXO, TWICE, ITZY, NCT, TXT, serta *Bangtan Boys* (BTS). Pada [matamusik.com](http://matamusik.com), BTS menduduki posisi puncak untuk *boyband* K-Pop. *Boyband* ini juga memiliki fans yang sangat besar, bahkan cakupannya sampai tingkat internasional, yang disebut dengan ARMY (*Adorable Representative MC for Youth*)

Dengan adanya budaya luar yang masuk ke Indonesia membawa dampak positif dan dampak negatif bagi penggemar *K-Pop*. Dampak positif dari *K-Pop* yaitu terhindar dari kenakalan remaja karena mereka akan terfokus pada penggemarnya, memotivasi untuk belajar bahasa asing, memotivasi untuk mengejar impian, mengajarkan untuk mengenal fashion. Adapun dampak negatif dari *K-Pop* yaitu banyak remaja yang melupakan kebudayaannya sendiri, terlalu boros untuk membeli pernak-pernik yang idolanya dikeluarkan. banyak remaja yang sangat mengagumi musik-musik Korea dan drama Korea, sampai ada yang membeli sebuah pernak-pernik yang telah diluncurkan oleh artis Korea yang mereka idolakan. Bahkan penggemar *K-pop* sampai membeli *lightstick* untuk menonton konser artis korea, *Lightstick* sendiri merupakan stik dengan desain khusus yang dapat menyala dan umum dimiliki oleh setiap penggemar *K-pop*.

Keberadaan artis *K-Pop* saat ini banyak mempengaruhi preferensi para milenial contohnya seperti, mereka suka menyelipkan kata-kata dengan bahasa Korea dalam kehidupan sehari-hari seperti *annyeong*, *saranghae*, *hyung*, dan *hwaiting*. Korea Selatan berhasil mempopulerkan budaya pop saat ini. Aktor dan Aktris serta musisi yang berhasil “menyihir” berbagai kalangan. Pada fenomena ini Indonesia sedang terkena demam Korea. Hal ini bisa terlihat di layar televisi, internet di Indonesia yang sekarang berlomba- lomba untuk menayangkan atau menginformasikan seputar berita-berita Korea (Simbar, 2016).

Dapat diketahui bahwa beberapa indikator dari fanatisme diantaranya adalah rasa antusias yang *ekstrim*, keterikatan emosi dan rasa cinta, berlangsung dalam waktu yang lama, menganggap hal yang mereka yakini adalah hal yang benar, memberikan hadiah kepada idolanya, seperti bintang dilangit (Nugrahaini, 2017). Pada saat ini informasi yang berkaitan dengan budaya populer atau dikenal sebagai budaya pop. Budaya pop secara sosiologis merupakan budaya yang sedang *tren* saat ini, banyak diminati dan cepat berganti

Fans Kpop dianggap selalu bersikap berlebihan, gila, histeris,

obsesif, adiktif, dan konsumtif karena ketika mereka sangat gemar terhadap idola hingga sampai rela menghambur-hamburkan uang untuk membeli merchandise idola maupun mengejar idola hingga ke belahan dunia manapun untuk menonton konser idolanya. *Stereotip* tersebut salah satunya dapat dilihat di dunia maya. Kelompok penggemar suatu *idol group* atau yang biasa disebut dengan kata *K-Pop* biasanya memiliki identitas, dan kelompok ini biasa disebut fandom. Rasa suka mereka terhadap sang idola membuat kelompok penggemar ini dikenal sebagai kelompok yang sangat loyal terhadap idola mereka, berpartisipasi secara aktif dalam mendukung karya-karya yang diciptakan idola mereka, dan tidak segan-segan untuk mengeluarkan dana dalam jumlah besar guna mendukung keberhasilan idola mereka, seperti membeli album, *merchandise*.

Fanatisme terhadap K-pop membuat mereka menjadi bergantung terhadap kehidupannya hingga sampai mengikuti gaya idola mereka, album musik di *handphone* nya pun berisi lagu-lagu Korea yang mereka suka. Setiap mereka melihat dance nya selalu mengikuti gerakan tanpa melihat lingkungan sekitar karena itu cara mereka menikmati idolnya menampilkan konser.

Fanatisme sendiri dapat diartikan sebagai suatu sikap atau perilaku ketika seseorang menunjukkan suatu ketertarikan terhadap sesuatu dengan sangat berlebihan. Para penggemar secara terang-terangan menyatakan rasa suka mereka kepada sang idola dengan membuat berbagai macam konten yang nantinya mereka upload di *Twitter*, seperti video edit, foto-foto, cover lagu sang idola dan masih banyak lagi. Karya-karya tersebut mereka *upload* dengan menggunakan fungsi *mention* dan langsung ditujukan kepada akun sang idola.

Keberadaan artis Korea membuat warga negara Indonesia hampir semua menyukainya sampai lupa dengan budayanya sendiri, gaya mereka menjadi condong ke budaya Korea dari segi pakaian, *decoration* kamarnya, hingga koleksinya yang berhubungan dengan idolanya. Bahkan orang-orang dari negara Indonesia yang tidak begitu paham bahasa Korea menjadi lancar bahasanya karena sering kali menonton *podcast*. Dalam penelitian ini terdapat tujuan diantaranya, mengetahui seberapa banyak mahasiswa Universitas Inaba fanatisme terhadap *K-Pop*, melihat terhadap pengaruh yang signifikan antara fanatisme *K-Pop* terhadap perilaku mahasiswa Universitas Inaba.

## TINJAUAN PUSTAKA .

Penelitian ini merupakan penelitian membahas Fanatisme mahasiswa Universitas Indonesia Membangun terhadap *K-Pop*. Yang dimana pada saat itu masyarakat Indonesia sangat menyukai *K-Pop*, bahkan sampai fanatisme dalam mengidolakan fansnya. *K-Pop* merupakan *genre* musik pop yang berasal dari Korea Selatan. Dengan *identik grup* yang sangat nyentrik dengan grup anggota yang banyak member, musik yang up-beat dan tarian mereka yang enerjik Dalam penelitian ini, tinjauan pustaka yang digunakan adalah teori – teori yang menjadi landasan dalam penelitian, selain itu kajian pustaka juga melalui jurnal jurnal.

Kompetensi komunikasi antar budaya merupakan perkembangan dari teori kompetensi komunikasi, namun dengan pandangan yang lebih sfesifik kepada budaya sebagai inti dari kompetensi komunikasinya. Kompetensi komunikasi adalah kemampuan yang meliputi pengetahuan, keterampilan dan sikap yang sesuai dalam mengelola pertukaran pesan verbal dan non verbal berdasarkan patokan-patokan tertentu (Griffin.2003). Menurut Thomas (dalam Qatey dan Franklin, 2009) menjelaskan kompetensi antar

budaya merupakan kemampuan untuk menemukan, menghargai, menilai, dan menggunakan secara produktif (baik dalam individu maupun banyak orang) kondisi kebudayaan dan faktor penentuan dalam merasa, menilai serta bertindak dengan tujuan menciptakan adaptasi, toleransi dalam ketidakcocokan dan perkembangan terhadap bentuk sinergi dari kerjasama, hidup bersama, serta pola orientasi efektif mengenai penafsiran dan pembentukan dunia

Teori Akomodasi komunikasi menjelaskan mengapa dan bagaimana kita menyesuaikan perilaku komunikasi dengan tindakan orang lain. Teori ini sendiri digagas oleh Howard Giles, et.al. Giles et.al menemukan bahwa komunikator seringkali meniru gerak-gerik lawan bicaranya dalam melakukan komunikasi (Littlejohn, Foss & Oetzel, 2017). Proses meniru ini disebut *convergence* yakni bentuk akomodasi dan penyesuaian timbal-balik. Jika terjadi proses sebaliknya, maka disebut *divergence* yakni bentuk non-akomodasi di mana tidak ada penyesuaian (Littlejohn, Foss & Oetzel, 2017). Proses *convergence* dan *divergence* memiliki dua sifat yakni mutual dan nonmutual. Jika kamu dan lawan bicaramu sama-sama meniru ekspresi dan gerak-gerik masing-masing dalam berkomunikasi,

maka itu merupakan proses *convergence* yang bersifat mutual. Namun, jika kamu melakukan proses *convergence* terhadap lawan bicaramu, namun lawan bicaramu memberi respon sebaliknya maka proses *convergence* tersebut bersifat *non mutual*.

Pendekatan Kualitatif, metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif yang dimana pada metode penelitian kualitatif ini cocok untuk penelitian Fanatisme Mahasiswa Universitas Indonesia Membangun terhadap *K-Pop*, karena pada penelitian ini meneliti ilmu sosial dengan bentuk analisis dan kesimpulan yang bergantung kepada ketajaman analisis penelitian. Pada penelitian ini penulis menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada sampel yang telah ditentukan. Penelitian ini bersifat deskriptif karena sesuai dengan fakta yang ada. Instrument penelitian yang digunakan adalah kuesioner yang disebarluaskan secara *online* melalui *google form*.

Pada penelitian ini menggunakan paradigma Interpretatif karena berangkat dari upaya untuk mencari penjelasan tentang peristiwa-peristiwa sosial atau budaya yang didasarkan pada perspektif dan pengalaman orang yang diteliti.

Interpretative melihat pada fakta-fakta sebagai sesuatu yang unik dan memiliki konteks yang khusus sebagai esensi dalam memahami makna sosial. Pendekatan interpretatif melihat metode penelitian ilmiah tidaklah cukup guna bisa jabarkan misteri pengalaman manusia, maka diperlukan unsur manusiawi yang kuat dalam penelitian. Pendekatan interpretatif sangat relevan dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan penelitian yaitu fanatisme mahasiswa Universitas Inaba dalam *K-Pop*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian berdasarkan respon dari mahasiswa Universitas Indonesia Membangun bahwa media sosial seperti twitter, Instagram, facebook dan lain sebagainya yang membuat mereka tahu dan juga lebih memahami lebih luas mengenai *K-Pop* dengan adanya media sosial. Lalu yang membuat mereka suka dan tertarik dengan adanya *k-pop* yaitu dari music, dance, attitude, dan juga mereka sangat senang karena menurut mereka adanya *K-Pop* mereka merasa memiliki tempat untuk pulang, dapat mengekspresikan perasaan, music yang menyenangkan. Dengan menyukai *K-Pop* mereka dapat lebih memahami diri sendiri dan mengetahui apa yang bisa membuat bahagia, serta mereka dapat tidak

bergantung kepada siapapun untuk kebahagiaan yang di inginkan karena kebahagiaan itu bisa diciptakan sendiri.

Setiap individu memiliki penafsiran masing-masing terhadap suatu hal yang mereka lihat atau rasakan. K-Pop sebagai hiburan yang pada hakikatna dinikmati oleh masyarakat Indonesia khususnya mahasiswa Univesitas INABA. Mereka mempunyai sudut pandang yang serupa dalam memandang K-Pop. Salah satu yang mendasar yang dimana K-Pop ini merupakan sebagai hiburan dalam kehidupan mereka masing-masing. Pada penyebaran K-Pop ini memang sangat memanfaatkan peran teknologi informasi seperti media sosial. Sasarannya pun sangat tepat dan akurat, yaitu kalangan remaja dan dewasa, dimana pada usia tersebut mereka begitu akrab dengan gadget dan internet. Berawal dari rasa penasaran yang timbul pada diri masing-masing, lalu mereka mencari tahu lebih dalam mengenai apa itu K-Pop.

Aktivitas yang dapat memperlihatkan perilaku fanatisme pada K-Pop dengan berburu (*poaching*) dengan mencari diberbagai sumber mengenai informasi mengenai dengan idolanya, seperti bagaimana kehidupan pribadinya, makanan dan minuman kesukaanya, *playlist* musik favorit, foto terbaru idola, dan berbagai kesenangan yang dari idola yang diidolaknya. Dalam aktivitas ini membuat para fans sangat aktif dalam

bermedia sosial yang membuat mereka menghabiskan waktu untuk berselancar didunia maya.

Pada proses mencari tahu lebih dalam lagi tentang K-Pop, mulai ada rasanya ketertarikan pda diri masing-masing. Pada rasa ketertarikan ini disajikan dari mulai musik, performing art, K-Drama, dan sebagainya. Pada ketiga informasi tersebut menceritakan bahwa terdapat 3 poin utama yang menjadi mahasiswa Universitas INABA menjadi suka K-Pop yaitu diantaranya visual, motivasi. Visual merupakan penggambaran yang bisa dilihat oleh indera penglihatan. Mereka melihat *look* dan *cover* K- Pop sebagai sesuatu yang menarik. Contohnya seperti artis-artis Korea memiliki paras yang cantik dan tampan hingga dari setiap penampilan dapat mempesona bagi kalangan yang suka K-Pop. Dalam setiap album musiknya dapat membuat penggemarnya termotivasi dan lebih semangat lagi dalam menjalankan kehidupan. Dengan mendengarkan musik dari mereka yang diidolakan bisa menenangkan hati dan pikiran mereka. Semakin dalam menafsirkan rasa ketertarikan tersebut, maka akan sampai pada tahap yang dimana K-Pop ini menjadikan sebagai hiburan bagi diri sendiri mereka masing-masing.

Dengan adanya K-Pop selain menjadi hiburan menjadikan diri menjadi lebih *selflove* karena bebarapa *idol*

Korea memberikan *vibes positif*, memberikan pelajaran seperti sesibuk apapun pendidik tetap nomor 1. *Dance* dalam *group* K-Pop lagunya mempunyai nada yang menyenangkan, visual *member group*, musiknya yang sangat bervariasi, menginspirasi dan bermotivasi, *style fashion* dari idol Korea pun sangat keren dan sangat bagus. Idol Korea yang diidolakan oleh para penyuka K-Pop mahasiswa Universitas Indonesia Membangun yaitu *Bts, Exo, Blackpink, Treasure, Dreamcatcher, Monsta X, Nct, Txt, Enhypen* dan lain sebagainya.

Fanatisme mahasiswa Universitas Indonesia Membangun terhadap K-Pop akan melindungi idol K-Pop dari komentar yang negatif dengan membuat hastag untuk melindungi idol kesayangan mereka dan akan mereport akun yang berkomentar negatif. Lalu mereka kecanduan membeli barang seperti membeli *photocard* idol kesayangan mereka juga jika ada konser mereka akan bersedia untuk datang dan menontonnya jika mempunyai budget yang memungkinkan dan juga melihat situasi yang ada.

Pengaruh positif yang didapatkan dari K-Pop yaitu contohnya dengan musik *So what*- Bts, berhasil mengurangi kecemasan yang ada pada diri sendiri, lalu musik *Magic shop*- Bts membantu mengatasi trauma dan mengubahnya ke perasaan yang lebih positif, musik *Inner*

*child*- Bts membantu diri kita sendiri untuk berdamai dengan masa lalu, juga lagu *Love my self*- Bts membantu untuk lebih mencintai diri sendiri. Dengan menyukai K-Pop bisa lebih *selflove* dengan meningkatkan *value*, relasi, pengetahuan dan hal hal yang positif. Banyak cara bagaimana menjadi lebih rajin dalam bekerja, kemampuan dan keyakinan terhadap kepercayaan diri sendiri meningkat, memperluas wawasan, menambah ilmu bahasa, sejarah, dan meningkatkan standar terhadap pilihan di masa depan.

Dalam pengaruh positif K-Pop juga dapat menjadi lebih terbuka pada wawasan dan budaya baru menambah sudut pandang secara positif dan juga dapat belajar bahasa asing melalui musik yang dilirisikan. Pengaruh positif yang didapatkan membuat semangat kehidupan dalam menjalani aktivitas dan menjadi tidak merasa *insecure* dengan diri sendiri tau kemampuan diri sendiri. Banyak motivasi- motivasi yang bisa didapatkan dari idol kesukaan, selain itu mereka mengajarkan penting buat *improve* diri sendiri juga mengajarkan jika ada hari yang buruk tidak apa-apa itu hal biasa tandanya akan ada hari yang lebih baik kedepannya.

Pemakaian memiliki dampak negatif K-Pop terhadap orang lokal cenderung tidak suka dengan karya bangsa sendiri atau kurang suka karena

berbeda referensi dan lupa dengan adanya budaya dalam karena lebih menyukai budaya luar. Selalu ingin mengikuti konser meskipun harga tiket mahal, lalu war antar fandom yang masih banyak berseliweran akhir-akhir ini yang membuat K-Pop terkesan negatif.

Menyukai *style* gaya budaya luar, memudahkan kebudayaan Indonesia, saling hate, saling mengangungkan idolanya masing- masing. Banyak orang melupakan budaya tradisional Indonesia kurangnya rasa cinta terhadap kebudayaan tradisional.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan yang kami ambil dari fanatisme mahasiswa Universitas Indonesia Membangun terhadap K-Pop bahwa banyak pengaruh positif dan negatif terhadap K-Pop yang dapat di ambil dengan banyak wawasan yang luas dapat belajar memahami budaya luar, belajar Bahasa asing yang membuat menambah bahasa yang dikuasai dan juga dari lagu-lagu korea juga banyak arti- arti yang berkesan, Dengan menyukai K-Pop bisa lebih *selflove* dengan meningkatkan value, relasi, pengetahuan dan hal hal yang positif dan juga dapat menginspirasi dan memotivasi. Pengaruh negatif yang dapat di ambil yaitu dengan menyukai

budaya luar banyak orang yang melupakan budaya tradisional Indonesia, kurangnya rasa cinta budaya tradisional Indonesia.

Aktivitas-aktivitas yang dilakukan penggemar K-Pop menunjukkan perilaku fanatisme sebagai penggemar. Aktivitas-aktivitas tersebut meliputi mengikuti perkembangan idol korea melalui media sosial atau internet, mengoleksi pernak-pernik dan barang barang idol korea , dance cover, bergabung ke dalam komunitas penggemar, dan mengunduh music video, lagu. Ketenaran K-Pop menjadi dambaan setiap orang yang melihatnya. Beberapa penggemar menjadikan idola mereka sebagai motivasi dalam berkarya. Ketenaran K-Pop juga menginspirasi penggemar untuk menjadi sosok seperti idolanya. Banyak penggemar yang terobsesi penampilan idol korea, style dan gaya mereka dalam berfashion menjadi panutan kalangan penggemar K-Pop sehingga menjadikan kebiasaan dalam berpakaian sehari- hari, penggemar K-Pop cenderung mengangung-agungkan kebudayaan Korea dibandingkan kebudayaan Indonesia.

### SARAN

Adapun saran yang dapat sampaikan oleh penulis yang berhubungan dengan penulisan jurnal ini adalah sebagai berikut: perilaku

fanatisme penggemar *K-Pop* perlu diimbangi dengan rasa nasionalisme yang tinggi, Indonesia harus lebih memajukan industri hiburan agar tidak tergeser dengan industri hiburan luar terutama *K-Pop*, berharap bagi remaja mengurangi perilaku fanatik terhadap *K-Pop* dengan cara mengurangi minat dan kecintaan terhadap kegiatan yang berhubungan dengan *K-Pop*. Dalam hal ini orang tua bisa dapat membimbing anak-anaknya dalam menentukan minat dan kecintaannya pada suatu kegiatan, sehingga anak tersebut dapat meniru sesuatu yang baik dan bermanfaat bagi dirinya sendiri. Serta peneliti selanjutnya bagi yang tertarik dalam meneliti yang sama dalam penelitian agar bisa menggali lebih dalam dan memperluas cakupannya.

#### Daftar Pustaka

- Asfira Rachmad Rinata, & Sulih Indra Dewi. (2019). *FANATISME PENGGEMAR KPOP DALAM BERMEDIA SOSIAL DI INSTAGRAM*. <https://doi.org/10.14710/interaksi.8.2.13-21>
- Banowati Azelia Putri Yuliawan, & Ganjar Eka Subakti. (2022). Pengaruh Fenomena Korean Wave (K-Pop dan K-Drama) Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemarnya Perspektif Islam. *JURNAL PENELITIAN KEISLAMAN*, 18(1), 35–48. Retrieved from <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/jpk/article/view/5195>
- Bisma, L. (2023). Pengertian Globalisasi, Karakteristik, Bentuk, Dampak, dan Prosesnya. Retrieved May 20, 2023,

from Ruangguru.com website: <https://www.ruangguru.com/blog/ap-a-itu-globalisasi-sosiologi-kelas-12>

- Eliani, J., Muhamad Yuniardi, & Alifah Nabilah. (2018, August 2). Fanatisme dan Perilaku Agresif Verbal di Media Sosial pada Penggemar Idola K-Pop. Retrieved May 20, 2023, from ResearchGate website: [https://www.researchgate.net/publication/326917594\\_Fanatisme\\_dan\\_Perilaku\\_Agresif\\_Verbal\\_di\\_Media\\_Sosial\\_pada\\_Penggemar\\_Idola\\_K-Pop](https://www.researchgate.net/publication/326917594_Fanatisme_dan_Perilaku_Agresif_Verbal_di_Media_Sosial_pada_Penggemar_Idola_K-Pop)

- Fenomena Korean Wave di Indonesia – Environmental Geography Student Association. (2020, September 30). Retrieved May 20, 2023, from Ugm.ac.id website: <https://egsa.geo.ugm.ac.id/2020/09/30/fenomena-korean-wave-di-indonesia/>

- Karina Shella Putri, Amirudin Amirudin, & Mulyo Hadi Purnomo. (2019). *Korean Wave dalam Fanatisme dan Konstruksi Gaya Hidup Generasi Z*. 14(1), 125–125. <https://doi.org/10.14710/nusa.14.1.125-135>

- Kompetensi Komunikasi. (2010, November 15). Retrieved May 20, 2023, from nGeJurnal, nYok... website: <https://ngejurnal.wordpress.com/2010/11/15/kompetensi-komunikasi/>

- Littlejohn, Stephen W, Foss, Karen A., & Oetzel, John. G. *Theories of Human Communication* 11<sup>th</sup> Edition. Illinois: Waveland Press, Inc.

- Muslim, M. (2018). *VARIAN-VARIAN PARADIGMA, PENDEKATAN, METODE, DAN JENIS PENELITIAN DALAM ILMU KOMUNIKASI*. 1(10). <https://doi.org/10.33751/wahana.v1i10.654>

Nugrahaini, S. (2017). Daebak, fans Indonesia nggak cuma hadiahi bintang ke Mark, tapi juga 2 member GOT7 ini. Retrieved from <http://www.grid.id/K-Pop/K-News/Daebak-Fans-Indonesia-Nggak-Cuma-Hadiahi-Bintang-Ke-Mark-Tapi-Juga-2-Member-Got7-IniSimbar>, Frulyndese K. Jurnal Holistik, Tahun X No. 18 / Juli – Desember 2016 Issn 1979-0481 1 Fenomena Konsumsi Budaya Korea Pada Anak Muda Di Kota Manado diakses melalui <https://media.neliti.com/media/publication/80963-ID-fenomena-konsumsi-budaya-korea-pada-anak.pdf>

youtube-views-by-country pada 12 September 2020

Theories of Human Communication. (2017). Retrieved May 20, 2023, from Google Books website:[https://books.google.co.id/books/about/Theories\\_of\\_Human\\_Communication.html?id=3sQOMQAACAAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.co.id/books/about/Theories_of_Human_Communication.html?id=3sQOMQAACAAJ&redir_esc=y)

TREND BUDAYA K-POP DI KALANGAN REMAJA INDONESIA: BTS MEAL HINGGA FANATISME – Environmental Geography Student Association. (2021, December 21). Retrieved May 20, 2023, from Ugm.ac.id website: <https://egsa.geo.ugm.ac.id/2021/12/21/trend-budaya-k-pop-di-kalangan-remaja-indonesia-bts-meal-hingga-fanatisme/>

View. (2020, June 18). Mengenal Teori Komunikasi Antarbudaya - Tambah Pinter. Retrieved May 20, 2023, from Tambah Pinter website: <https://tambahpinter.com/teori-komunikasi-antarbudaya/>

Won So. 2020. Distribution of K-pop views on YouTube Worldwide as of June 2019, by country. Statista. Diakses dari <https://www.statista.com/statistics/1106704/south-korea-kpop->