ANALASIS GAYA HIDUP ANGGOTA KOMUNITS KOREA HANSAMO BANDUNG

(LIFESTYLE ANALYSIS OF KOREAN COMMUNITIES HANSAMO BANDUNG)

Indrika Amrullah[1], Martha Tri Lestari, S. Sos., MM[2]

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom
Jl. Telkomunikasi Terusan Buah Batu No. 1, Bandung Jawa Barat 40257
Email: indrikaindri@gmail.com[1] , Martha.djamil@gmail.com[2]

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gaya hidup anggota komunitas Hansamo Bandung, baik anggota, maupun pendiri komunitas. Sejak budaya Korea masuk di Indonesia, sebagian kecil masyarakat Indonesia mulai mengadaptasi gaya hidup baik dari segi budaya Korea dan juga K-Pop. Penelitian ini membahas gaya hidup yang diterapkan dalam kehidupan sehari-hari dan juga kehidupan di dalam komunitas, dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, paradigma kontruktivisme dan juga menggunakan teori gaya hidup dan teori komunitas. Gaya hidup sebagian besar dipengaruhi oleh beberapa faktor internal dan faktor eksternal, dan bagaimana bersikap sebagai penggemar budaya Korea dan juga K-Pop di dalam komunitas. Setelah melalui wawancara mendalam, hasil penelitian menunjukkan bahwa anggota dan pendiri menjalani gaya hidup yang berhubungan erat dengan budaya Korea dan K-Pop. Baik dari segi Bahasa, penampilan, dan nilai-nilai yang dianut oleh masyarakat Korea sendiri. Komunitas Hansamo Bandung merupakan wadah bagi masyarakat Bandung yang ingin mempelajari budaya Korea, K-Pop dan ilmu berorganisasi. Selain mempelajari ilmu kebudayaan Korea dan K-Pop, anggota komunitas ini juga menampilkan keahlian mereka dalam menari dan juga menyanyi di berbagai acara.

Kata kunci: Gaya Hidup, Komunitas, Budaya Korea dan K-Pop

ABSTRACT

This study aims to determine the lifestyle of community members Hansamo Bandung, both members, as well as the founder of the community. Since the entry of Korea culture in Indonesia, a small part of Indonesian society began to adapt to the lifestyle in terms of both Korean culture and also K-Pop. This study discusses the lifestyle that is applied in everyday life as well as life in the community, using qualitative research methods, the paradigm of constructivism and uses the theory of lifestyle and also uses theory of community. Lifestyle largely influenced by several internal factors and external factors, and how to be a fan of Korean culture and also K-Pop in the community. After going through in-depth interviews, the results showed that the members and founders live a lifestyle that is closely related to Korean culture and K-Pop. Both in terms of language, appearance, and the values espoused by the Korean people themselves. Community Hansamo Bandung is place for people of Bandung who want to learn Korean culture, K-Pop and science organizations. In addition to studying the culture of Korea and K-Pop, members of this community to show their skills in dancing and singing at various events.

Keywords: Lifestyle, Community, Korean Culture and K-Pop

1. PENDAHULUAN

Budaya berasal dari bahasa sansekerta yakni *buddhayah* yang memiliki arti segala sesuatu yang berhubungan dengan akal dan budi manusia. Secara umum, budaya berarti cara hidup yang dimiliki oleh sekelompok orang yang diwariskan kepada generasi berikutnya. Perbedaan antara suku, agama, politik, bahasa, pakaian, karya seni,

[1] Penulis
[2] Pembimbing

dan bangunan akan membentuk suatu budaya. Budaya merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan manusia yakni meliputi, sejarah yang menyoroti asal suatu budaya dan memberitahukan anggotanya apa yang dianggap penting dan mengidentifikasi prestasi suatu budaya yang pantas dibanggakan, agama yang berfungsi secara sadar maupun tidak dapat berdampak pada semua hal mulai dari praktik bisnis, politik dan kode etik, Nilai merupakan fitur lain dari suatu budaya yang berguna untuk menentukan bagaimana seharusnya seseorang bertigkah laku, organisasi sosial mewakili unit sosial yang beraneka ragam yang terkandung dalam budaya seperti keluarga atau sekolah, dan Bahasa juga merupakan fitur lain yang umum pada setiap budaya dan berperan dalam berbagi pikiran, perasaan dan informasi juga Bahasa merupakan metode utama dalam menyebarkan budaya.

Terjadinya akulturasi antar budaya yang merupakan suatu proses sosial yang muncul saat terjadi penyatuan dua budaya yang berbeda menjadi budaya yang baru tanpa menghilangkan usur budaya lama, dimana budaya Indonesia dan budaya Korea Selatan menyatu menciptakan budaya baru yang biasa disebut dengan *Hallyu Wave* yang di dalamnya sudah termasuk *Korean Pop (K-Pop)*, film atau drama, kuliner, musk dan tari, dan hal-hal yang berhubungan dengan K-Pop. Masyarakat Indonesia yang mengadopsi budaya K-Pop cenderung mengikuti artis atau penyanyi idolanya, bisa dibilang bahwa artis maupun penyanyi-penyanyi Korea memiliki wajah yang tampan dan cantik juga bentuk tubuh yang indah. Akulturasi budaya Indonesia dan budaya Korea pertama kali masuk di Indonesia pada acara *Korea-Japan World Cup 2002* yang berakhir dengan masuknya Korea sebagai kekuatan empat besar dunia dalam hal persepakbolaan semakin mempersohor Korea di mata dunia contohnya adalah beberapa waktu menjelang, selama, dan setelah hiruk pikuk *World Cup*, beberapa stasiun televisi swasta di tanah air gencar bersaing menayangkan film-film maupun sinetron-sinetron Korea. Bahkan, terdapat beberapa sinetron Korea yang 'sukses' di layar kaca, sebut saja *Winter Sonata* dan *Endless Love*. Kedua sinetron buatan negeri ginseng ini telah berhasil menarik perhatian sebagian masyarakat Indonesia, bahkan beberapa bintang sinetron tersebut telah menjadi idola ditanah air.

Hallyu Wave atau *Korean Wave* adalah istilah yang diberikan untuk tersebarnya budaya Pop yang berasal dari Korea Selatan yang mendunia, Indonesia termasuk salah satu negara yang terkena penyebaran *Hallyu Wave* ini (Nastiti, 2010:3). Penggemar *Korean Wave* tidak hanya kalangan remaja, akan tetapi dari anak-anak hingga orang dewasa. Salah satu *genre* musik yang termasuk dalam *Korean Wave* ini adalah K-Pop atau *Korean Pop*, yang berasal dari Korea Selatan. *Korean Pop* pertama kali muncul pada sekitar tahun 1930 di Korea Selatan, kemudian berkembang pada tahun 1950 hingga 1960. Awal kemunculan K-Pop hanya dibagi menjadi beberapa *genre* atau jenis, yang terdiri dari *oldies*, jenis ini dipengaruhi oleh musik Barat dan populer pada sekitar tahun 1960. Kemudian pada tahun 1970 musik *rock* mulai diperkenalkan. Tahun 2000, Big Bang dan Rain yang merupakan pendatang baru dari Korea Selatan muncul dengan aliran musik yang terinspirasi dari musik Amerika yaitu hiphop dan R&B.

Perkembangan budaya Korea di Indonesia tidak hanya terlihat pada drama yang disiarkan pada stasiun-stasiun TV namun salah satu iklan brand kopi Indonesia yakni Luwak White Coffee menampilkan Lee Min Ho seorang aktor Korea yang sedang menikmati dan juga menyukai produk kopi Indonesia tersebut dan menjadikan aktor Lee Min Ho sebagai *brand ambassador* terbarunya yang lokasi syutingnya bertempat di Seoul. Selain drama Korea dan iklan tersebut, perkembangan budaya Korea di Indonesia sangat terlihat pada promotor acara yang mengadakan konser *boyband* dan *girlband* di Jakarta. Pada tanggal 1 Agustus 2015 silam di Indonesia Convention Exhibition (ICE), BSD City di gelar konser yang mnampilkan *boyband* Big Bang yang sangat terkenal baik di Korea sendiri dan juga di Indonesia. Selain Big Bang, grup *boyband* EXO juga menggelar konser musik pada 26 Februari 2016 lalu dengan lokasi yang sama di ICE, BSD City. Konser yang akan datang pada tanggal 16 April 2016 dihadiri oleh *girlband* ternama Girl's Generation (SNSD) yang juga bertempat di ICE BSD City. Konser-konser yang mendatangkan *boyband* dan *girlband* selalu dipenuhi oleh para fans walaupun harga tiket terbilang mahal namun tetap saja terjual habis.

Masyarakat Indonesia khususnya para remaja sering kali menyanyikan lagu Korea bahkan menirukan gerakan-gerakan *dance* yang ada pada lagu tersebut. Hal ini dapat ditemukan dimana-mana, khususnya pada komunitas-komunitas yang mengadaptasi budaya K-Pop. Tidak hanya lagu dan tarian saja yang menjadi kegiatan yang dijalani sehari-hari, seperti mengkonsumsi makan-makanan dan minum-minuman khas Korea karena di Indonesia sendiri tempat makan maupun restoran Korea sudah banyak bermunculan, di Bandung sendiri rumah makan dan restoran yang menyediakan kuliner khas Korea sudah terbilang banyak. Seperti Mujigae, Tokki Pokki, Yoogane, Korean House, Myeong Ga, Chung Gi Wa, Dapur Korea, Hankook Garden Restaurant, Chingu Café, Bing Soo Café & Resto, Korean Mart dan masih banyak lagi. Tempat makan dan restoran ini biasanya menjadi incaran bagi masyarakat yang ingin mencoba makanan Korea ataupun yang sudah sering menikmatinya. Tidak hanya restoran dan

tempat makan khas Korea, komunitas-komunitas yang menaungi para penggemar kebudayaan Korea juga sangat banyak dan tersebar di seluruh kota di Indonesia, seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, dan kota-kota lainnya

Komunitas Korea di Kota Bandung terbilang banyak, Penulis memilih Komunitas Hansamo Bandung sebagai objek penelitian karena Komunitas ini merupakan komunitas Korea pertama di Bandung pada tanggal 10 September 2006 yang memiliki anggota sekitar 200 orang. Hansamo juga memiliki 6 kegiatan, yaitu kelas Bahasa Korea, Tari tradisional dan tari modern, kegiatan menonton drama atau film Korea, mengadakan perlombaan dan juga mengikuti perlombaan tari modern dan tidak jarang Hansamo memenangkan perlombaan acara yang diikuti. Tidak hanya itu, komunitas Hansamo Bandung adalah wadah bagi warga Bandung yang menyukai kebudayaan Korea, komunitas ini langsung dibawahi oleh Kedutaan Besar Korea Selatan (Korsel) dan Korean Culture Center (KCC) Jakarta dan tidak hanya di Indonesia namun komunitas Hansamo juga diakui keberadaanya di Negara Korea sendiri.

Hansamo adalah singkatan kata dari Bahasa Korea "*Hangukeul Sarang Hanun Saram deurui moim"* yang berarti "Perkumpulan orang-orang yang menyukai Korea", komunitas ini memiliki anggota sekitar 200 orang. Berdirinya komunitas Hansamo diprakarsai oleh 14 mojang Bandung yang sangat mengagumi kebudayaan Korea yang dibarengi dengan kebudayaan Sunda, komunitas ini didirikan pada tanggal 10 September 2006 hingga sekarang. Berawal dari kekaguman mereka terhadap budaya Korea, ke 14 orang ini memutuskan untuk mendirikan komunitas ini sebagai wadah bagi mereka yang juga mencintai budaya K-Pop untuk menuangkan kreatifitas dan menambah ilmu pengetahuan tentang budaya Korea dan K-Pop serta menanmpung apresiasi masyarakat Bandung terhadap budaya Korea. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan proses gaya hidup yang dipilih dan dijalankan dalam kehidupan sehari-hari di komunitas Hansamo Bandung

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 GAYA HIDUP

Gaya hidup merupakan gambaran bagi setiap orang yang mengenakannya dan menggambarkan seberapa besar nilai moral orang tersebut dalam masyarakat di sekitarnya. Plummer mendefinisikan gaya hidup sebagai suatu pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktifitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan "keseluruhan diri seseorang" yang berinteraksi dengan lingkungannya. (Plummer dalam Kaparang, 2013: 3). Menurut Amstrong, gaya hidup seseorang dapat dilihat dari perilaku yang dilakukan oleh individu seperti kegaiatan-kegiatan untuk mendapatkan atau mempergunakan barang-barang dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Lebih lanjut Amstrong menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang ada 2 faktor yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu (internal) seperti, sikap, pengalaman, dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, dan persepsi. Yang kedua adalah faktor eksternal terdiri dari kelompok referensi, keluarga, kelas sosial dan kebudayaan. Faktor internal merupakan faktor yang didasarkan pada diri seseorang seberapa terbuka dirinya terhadap pengaruh yang muncul dalam dirinya yang menuntut perubahan pada kehidupannya. Faktor eksternal merupakan faktor yang muncul dari orang-orang yang ada disekeliling kita yang secara tidak kita sadari memberikan pengaruh pada individu (Amstrong dalam Kaparang, 2013: 5).

2.2 KOMUNITAS

Komunitas adalah sekelompok manusia yang tinggal di berbagai lokasi berbeda, atau mungkin dengan jarak yang sangat jauh namun dipersatukan dengan minat dan kepentingan yang sama. Komunitas juga dapat diartikan kumpulan individu yang berdiam pada lokasi tertentu dan terkait dengan kepentingan yang sama (Iriantara, 2007:21). Dalam Iriantara (2007: 22) disebutkan, "Komunitas bukan lagi sekedar kumpulan orang yang tinggal pada lokasi yang sama, menunjukkan terjadinya interaksi diantara kumpulan orang tersebut. Jadi, selain karena faktor-faktor fisik yakni tinggal di lokasi yang sama, komunitas itu juga bisa merupakan unit sosial yang terbentuk lantaran adanya interaksi diantara mereka. Dengan kata lain, komunitas itu bukan hanya menunjuk pada lokalitas saja melainkan juga pada struktur".

McMillian dan Chavis (Junetra, 2012: 13) juga menjelaskan empat manfaat dari bergabung dengan kelompok tertentu:

1. *Membership*, dengan menjadi bagian dari suatu kelompok tertentu, seseorang dapat merasa bangga atas statusnya sebagai anggota kelompok tersebut.

2. *Influence*, yaitu seseorang yang telah bergabung dengan komunitas tertentu akan mampu mempengaruhi anggota komunitas lainnya.
3. *Integration and fulfillment of need*, yaitu seorang anggota komunitas merasa dihargai oleh anggota lain apabila dapat berpartisipasi dalam komunitas tersebut.
4. *Shared emotional connections*, yaitu rasa saling percaya antar anggota komunitas untuk berbagi cerita, pengalaman, maupun masa lalunya yang bersifat pribadi sekalipun.

Berdasarkan beberapa penjelasan mengenai komunitas diatas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa komunitas, yaitu sekumpulan orang yang tinggal di lokasi yang sama maupun berbeda (berjauhan) akan tetapi dapat berkumpul karena suatu kepentingan dan minat yang sama dan melakukan interaksi serta saling peduli.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif seperti yang dijelaskan menurut Bogdan dan Biklen yaitu: "Penelitian kualitatif lebih menekankan pada proses dari pada hasil, selain itu dalam penelitian kualitatif, analisis data dilakukan secara induktif atau berdasarkan dengan fakta-fakta yang ditemukan dilapangan dan kemudian dikonstruksikan menjadi hipotesis atau teori selanjutnya dan penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna (data dibalik yang teramati)". (Bogdan dan Biklen, 1982, dalam Sugiyono, 2009: 13).

Menurut Moleong (2012:6) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, secara hostilistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. Untuk memudahkan dalam melakukan penelitian yang berhubungan dengan fenomena yang diteliti, maka Peneliti menggunakan pendekatan gaya hidup Amstrong (Kaparang, 2013: 5) yang terdiri dari dua faktor yaitu faktor iternal dan faktor eksternal dan teori komunitas McMillian dan Chavis (Junetra, 2012: 13).

Dalam penelitian ini Penulis menggunakan paradigma penelitian konstruktivis. Konstruktivisme menolak pandangan positivisme yang memisahkan subjek dengan objek komunikasi. Konstruktivisme menganggap subjek sebagai faktor sentral dalam kegiatan komunikasi serta hubungan-hubungan sosialnya. Komunikasi dipahami, diatur dan dihidupkan oleh pernyataan-pernyataan yang bertujuan. Setiap pernyataan pada dasarnya adalah tindakan penciptaan makna, yakni tindakan pembentukan diri serta pengungkapan jati diri sang pembicara. Oleh sebab itu, analisis dapat dilakukan demi membongkar maksud dan makna tertentu dari komunikasi. Konstruktivisme berpendapat bahwa realitas bergantung pada konstruksi pikiran. Ardianto dan Q-Anees (2009: 151) menjelaskan bahwa perspektif konstruktivisme menganggap pengetahuan manusia adalah konstruksi yang dibangun dari proses kognitif dengan interaksinya dengan dunia objek material.

Konstruktivisme berpendapat bahwa semesta secara epistemologi merupakan hasil konstruksi sosial. Pengetahuan manusia adalah konstruksi yang dibangun dari proses kognitif dengan interaksinya dengan dunia objek material. Pengalaman manusia terdiri dari interpretasi bermakna terhadap kenyataan dan bukan reproduksi kenyataan. Dengan demikian dunia muncul dalam pengalaman manusia secara terorganisasi dan bermakna. Keberagaman pola konseptual/kognitif merupakan hasil dari lingkungan historis, kultural, dan personal yang digali secara terus-menerus. Teori konstruktivisme adalah pendekatan secara teoritis untuk berkomunikasi yang dikembangkan pada tahun 1970-an oleh Jesse Delia dan rekan-rekan sejawatnya (Miller, 2002, dalam Ardianto dan Q-Anees, 2009:157). Teori ini menyatakan bahwa individu menginterpretasikan dan beraksi menurut kategori konseptual dari pikiran. Realitas tidak menggambarkan diri individu namun harus disaring melalui cara pandang orang terhadap realitas tersebut.

Peneliti menggunakan paradigma ini karena Peneliti berusaha membangun sesuatu makna dari keadaan yang terdapat pada suatu objek yang diteliti. Paradigma penelitian konstruktivisme ini merupakan metode yang cocok karena metode ini mengungkapkan serta membangun fakta mengenai makna dari tanda yang terdapat pada Komunitas Korea Hansamo Bandung.

4. PEMBAHASAN

Dari unit analisis yang Peneliti angkat ada 2 teori yang digunakan, pertama adalah teori mengenai gaya hidup Amstrong dalam buku Kaparang dan Teori komunitas oleh McMillian dan Chavis dalam Junetra (2012: 3). Dalam teori gaya hidup Amstrong, ada dua faktor yang mempengaruhi gaya hidup, yang berasal dari dalam diri individu yaitu, Internal yang terdiri dari, sikap, pengalaman, pengamatan kepribadian, konsep diri, motif dan presepsi. Faktor yang kedua adalah faktor eksternal yang teridiri dari keluarga, kelas sosial, dan kebudayaan. Teori kedua yang Peneliti gunakan adalah teori komunitas oleh McMillian dan Chavis dalam Junetra (2012, 3) yang menjelaskan empat manfaat dari bergabung dengan kelompok tertentu, *Membership*, dengan menjadi bagian dari suatu kelompok tertentu, seseorang dapat merasa bangga atas statusnya sebagai anggota kelompok tersebut. *Influence*, yaitu seseorang yang telah bergabung dengan komunitas tertentu akan mampu mempengaruhi anggota komunitas lainnya. *Integration and fulfillment of need*, yaitu seorang anggota komunitas merasa dihargai oleh anggota lain apabila dapat berpartisipasi dalam komunitas tersebut. *Shared emotional connections*, yaitu rasa saling percaya antar anggota komunitas untuk berbagi cerita, pengalaman, maupun masa lalunya yang bersifat pribadi sekalipun.

Dari penjelasan diatas mengenai teori yang Peneliti gunakan, Peneliti akan menjabarkan teori dan jawaban dari tiga informan dan akan Peneliti bahas satu persatu. Pembahasan ini akan memberikan hasil tentang gaya hidup anggota komunitas Korea Hansamo Bandung.

4.1 Gaya Hidup

A. Faktor Internal

Yang pertama adalah faktor yang berasal dari dalam diri individu (internal) seperti, sikap, pengalaman, dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, dan persepsi. Yang kedua adalah faktor eksternal terdiri dari kelompok referensi, keluarga, kelas sosial dan kebudayaan. Peneliti akan membahas satu persatu, point-point yang ada di dalam faktor internal, berikut pembahsannya.

1. **Sikap.** Perubahan sikap ketiga informan terlihat ketika mereka menggemari kebudayaan Korea dan K-Pop. Ketiga informan memiliki perubahan sikap yang berbeda-beda.
2. **Pengalaman.** Ketiga informan juga memiliki pengalaman yang berbeda-beda, pengalaman yang didapatkan ketika mereka mulai menyukai kebudayaan Korea dan K-Pop.
3. **Pengamatan Kepribadian.** Mereka memiliki artis/penyanyi idola mereka masing-masing dan juga berbeda-beda, Informan kunci mengidolakan aktor Korea So Ji Seob, Jeane menyukai Jessi, seorang penyanyi dan *rapper*, sedangkan Rani eonni menyukai Eunhyuk salah satu anggota *boyband* Super Junior.
4. **Konsep Diri.** Masing-masing informan memiliki konsep diri dari segi artis/penyanyi idola dan konsep diri dari segi pribadi masing-masing informan. Informan kunci mengatakan bahwa ia memiliki sifat simple dan konservatif. juga Jeane berpendapat bahwa dirinya mudah bergaul dengan orang yang pemikirannya sama dan memiliki hobi yang sama. Sedangkan Rani eonni mengatakan bahwa ia memiliki sifat yang pendiam dan penyabar.
5. **Motif.** Informan kunci mengatakan bahwa dia tidak menyukai K-Pop dan mengatakan bahwa anak-anak yang menyukai K-Pop sifatnya pasti berubah. Informan pendukung pertama mengatakan hal yang sama bahwa orang Korea sangat gigih dalam mencapai keinginannya. Hampir sependapat dengan Sani eonni dan Jeane mengatakan bahwa positifnya adalah karya mereka bagus dan negatifnya adalah dapat mengurangi rasa nasionalisme.
6. **Presepsi**. Ketiga informan memiliki presepsi terhadap artis/penyanyi idola masing-masing, Sani eonni memiliki presepsi bahwa So Ji Seb itu keren. Jeane mengatakan bahwa Park Bo-Gum aktor idolanya keren, ganteng dan skillnya bagus, sedangkan Rani eonni mengatakan bahwa penyanyi idolanya, Eunhyuk memiliki skill yang bagus banget.

B. Faktor Eksternal

Faktor yang kedua adalah faktor eksternal terdiri dari, keluarga, kelas sosial dan kebudayaan. Faktor eksternal merupakan faktor yang muncul dari orang-orang yang ada disekeliling kita yang secara tidak kita sadari memberikan pengaruh pada individu.

1. **Keluarga.** Sani eonni mengatakan bahwa keluarganya sangat mendukung karena posisinya bukan hanya sebagai penggemar tapi sebagai ketua dari komunitas budaya, Jeane dan Rani eonni juga

mendapatkan dukungan oleh keluarganya, sebagai anggota komunitas Hansamo, selama kegiatan itu positif, menambah ilmu dan memperluas wawasan.

2. **Kelas Sosial.** Ketika keinginan untuk memenuhi kebutuhan barang-barang yang berhubungan dengan K-Pop, Jeane biasanya membeli barang melalui *online shop* meski bukan sebuah keharusan bagi Jeane. Hampir sama dengan Jeane, Rani eonni juga pernah membeli barang-barang K-Pop namun hanya sekali dua kali saja. Berbeda dengan Sani eonni yang tidak menyukai K-Pop, dia tidak pernah membeli barang yang berhubungan dengan K-Pop.

3. **Kebudayaan.** Ada perbedaan diantara ketiga informan penelitian, informan kunci hanya menyukai kebudayaan Korea saja, sedangkan informan pendukung keduanya menyukai hanya K-popnya saja. Sani eonni mengatakan bahwa dia lebih menyukai kebudayaan Korea seperti bahasanya dan tarian tradisionalnya. Sedangkan Jeane dan Rani eonni lebih menyukai K-Pop mulai dari musiknya, *modern dance*, sampai ke penyanyinya, tetapi kedua informan tersebut juga tertarik untuk mempelajari bahasanya, untuk Rani eonni, dia juga ingin mempelajari sejarah Korea.

4.2 Komunitas

Komunitas adalah sekelompok manusia yang tinggal di berbagai lokasi berbeda, atau mungkin dengan jarak yang sangat jauh namun dipersatukan dengan minat dan kepentingan yang sama. Komunitas juga dapat diartikan kumpulan individu yang berdiam pada lokasi tertentu dan terkait dengan kepentingan yang sama. McMillian dan Chavis juga menjelaskan empat manfaat dari bergabung dengan kelompok tertentu, berikut pembahasannya:

1. **Keanggotaan (*Membership*)**
   Sani eonni menjelaskan bahwa sebagian besar berbagi ilmu berorganisasi dan bersamaan dengan budaya Korea. Jeane sudah menjadi anggota selama kurang lebih empat tahun, begitu juga dengan Rani eonni. Jeane dan Rani eonni bergabung di komunitas ini atas kemauan sendiri dan merasa sangat bangga bisa menjadi bagian dari komunitas Hansamo

2. **Pengaruh (*Influence*)**
   Di dalam sebuah komunitas pasti terdapat pengaruh, pengaruh baik dan pengaruh buruk. Begitu juga di Komunitas Hansamo, baik sesama anggota, pengurus dan pendiri mereka saling mempengaruhi satu sama lain. Mereka belajar satu sama lain, memperkenalkan budaya Korea dan K-Pop dan juga budaya kesehariannya. Sani eonni mengatakan bahwa pengaruh buruk sudah pasti ada namun kami bisa menyaring yang baik dan buruk. Menurut Jeane dan Rani eonni, mereka juga saling mempengaruhi satu sama lain sesama anggota, namun Jeane dan Rani eonni lebih banyak mendapatkan pengaruh dari anggota lain yang memiliki ilmu lebih daripada mereka berdua.

3. **Integrasi dan Pemenuhan Kebutuhan (*Integration and Fulfillment of Need*)**
   Komunitas Hansamo memiliki beberapa kegiatan dan acara, setiap anggota, pengurus dan pendiri saling bekerjasama, baik terlibat langsung menjadi panitia dan juga penanggung jawab acara. Seorang anggota komunitas dihargai oleh anggota lain apabila dapat berpartisipasi dalam komunitas tersebut. Begitu juga dengan Jeane dan Rani eonni, ikut berpartisipasi dalam sebuah kegiatan dan acara memberikan pengalaman dan menambah ilmu juga wawasan. Sudah sewajarnya bagi sebuah komunitas bisa saling menghargai satu sama lain. Sani eonni sebagai pendiri komunitas ini juga sangat senang bila anggota komunitas bisa ikut berpartisipasi di semua kegiatan dan acara di komunitas Hansamo.

4. **Berbagi Ikatan Emosional (*Shared Emotional Connections*)**
   Ketika seseorang bergabung dengan sebuah komunitas tidak jarang bagi mereka menganggap komunitas tersebut sebagai keluarga kedua, mereka mengakrabkan diri satu sama lain lalu terjalinlah suatu hubungan yang emosional dan memutuskan untuk mempercayai mereka. Hal itulah yang terjadi kepada Jeane dan Rani eonni, keduanya memiliki orang-orang terpercaya untuk berbagi cerita, pengalaman, baik masa lalu yang bersifat pribadi sekalipun. Berbeda dengan Sani eonni, ia saling mempercayai anggota, pengurus, dan sesama pendiri karena sudah terjalin pertemanan yang terbilang lama. Orang yang Sani eonni dapat dipercayai adalah Meggie eonni. Selain umur yang sama, dan berdasarkan pengalaman Sani eonni dapat mempercayai Meggie eonni, mereka kadang berbincang-bincang dan saling bertukar fikiran.

Pembahasan diatas merupakan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi gaya hidup seseorang, baik dari faktor internal dan faktor eksternal saling berkesinambungan. Gaya hidup Sani eonni sebagai pendiri dan gaya hidup Jeane dan Rani eonni sebagai anggota mewakili semua pendiri, pengurus, dan juga anggota komunitas Korea Hansamo Bandung.

5. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas secara jelas di bab sebelumnya mengenai gaya hidup komunitas Korea Hansamo Bandung, maka Peneliti menyimpulkan sebagai berikut,

Ketiga informan yakni Sani eonni, Jeane dan Rani eonni mulai memperlihatkan perubahan sikap setelah menggemari kebudayaan Korea dan K-Pop walaupun untuk Sani eonni hanya terlhat di tiga tahun pertama, dan kedua informan pendukung tetap melanjutkan sikap sebagai idola K-Pop. Pengalaman yang mereka miliki juga berbeda-beda, pengalaman yang mereka bertiga dapatkan adalah sesuai dengan kegemaran mereka baik sebagai penggemar kebudayaan Korea dan juga penggemar K-Pop.

Hampir sama seperti Sani eonni, Jeane dan Rani eonni juga mendapatkan dukungan oleh keluarganya, sebagai anggota komunitas Hansamo, selama kegiatan itu positif, menambah ilmu dan memperluas wawasan. Ketika keinginan untuk memenuhi kebutuhan barang-barang yang berhubungan dengan K-Pop, Jeane dan Rani eonni biasanya membeli barang melalui *online shop* meski bukan sebuah keharusan bagi mereka berdua. Berbeda dengan Sani eonni yang tidak menyukai K-Pop, dia tidak pernah membeli barang yang berhubungan dengan K-Pop. Sani eonni lebih menyukai kebudayaan Korea seperti bahasanya dan tarian tradisionalnya. Sedangkan Jeane dan Rani eonni lebih menyukai K-Pop mulai dari musiknya, *modern dance*, sampai ke penyanyinya, tetapi kedua informan tersebut juga tertarik untuk mempelajari bahasanya, untuk Rani eonni, dia juga ingin mempelajari sejarah Korea.

5.2 Saran

Setelah selesainya proses penelitian yang berjudul "Analisis Gaya Hidup Anggota Komunitas Korea Hansamo Bandung" maka Peneliti memberikan beberapa saran, yaitu:

1. Ketika mempelajari suatu kebudayaan lain selain Kebudayaan Indonesia baiknya tetap seimbang diantara keduanya, tanpa disadari masyarakat Indonesia sudah melengkapi elemen-elemen budaya tanpa disadari yaitu sejarah, agama, nilai organisasi sosial dan Bahasa. Kegemaran terhadap budaya Korea memberi manfaat yaitu menambah wawasan dan ilmu, ketika memutuskan untuk mempelajari suatu budaya ada baiknya dipelajari dengan bersungguh-sungguh.
2. Setiap anggota, pengurus dan pendiri ada baiknya memiliki komitmen dalam menjalankan kegiatan mempelajari budaya Korea di sebuah komunitas. Setiap anggota berkomitmen dalam mempelajari kebudayaan Korea mana saja yang ingin dipelajari dengan bersungguh-sungguh dan tidak setengah-setengah. Untuk pengurus ada baiknya tetap memperhatikan apa saja kebutuhan tiap individu yang ada di komunitas Hansamo dan untuk pendiri tetap mengambil tanggung jawab atas komunitas Hansamo yang sudah berdiri selama bertahun-tahun lamanya.
3. Hal buruk yang ada pada budaya K-Pop baiknya tidak diikuti, budaya K-Pop identik dengan pakaian yang minim, operasi plastik, bertato, minuman keras, judi dan lain-lainya, selian tidak sesuai dengan nilai dan etika yang ada di Indonesia juga merusak pribadi seseorang. Ada baiknya dalam setiap pengambilan keputusan ditimbang secara matang.
4. Ada baiknya mengikuti kegigihan orang Korea dalam setiap keinginan yang ingin mereka capai, hal tersebut merupakan hal positif yang dapat dicontoh. Menggali potensi diri dan mencapai batas yang bisa diraih merupakan hal yang mereka, orang Korea lakukan, baiknya meniru perilaku tersebut.

DAFTAR PUSTAKA:

[1] Bungin, Burhan. (2006). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat.* Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

[1] Bungin, Burhan. (2007). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. Creswell, John W. (2010). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

[1] Mulyana, Deddy. (2007). *Metode Penelitian Komunikasi: Contoh-Contoh Penelitian Kualitatif dengan Pendekatan Praktis.* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

[1] Storey, John. (2006). *Pengantar Komprehensif Teori dan Metode Cultural Studi dan Kajian Budaya Pop.* Yogyakarta: Jalasutra.

[1] Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta Samovar, Larry A., Porter, Richard E. & Edwin R. McDaniel. (2010). *Komunikasi Lintas Budaya (edisi 7).* Jakarta: Salemba Humanika

[2] Twitter (twitter.com/bdghansamo) [21 Februari 2016, 11:23]