

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Konteks Penelitian

Idola adalah tokoh yang disorot oleh banyak pihak karena prestasinya yang prima. Idola dapat berasal dari kalangan tokoh pahlawan hingga figur publik. Citra istilah idola pada aslinya bermakna cukup buruk. Namun, seiring berjalannya waktu, kata ini mengalami ameliorasi (penghalusan makna). Kebanyakan orang sekarang memaknai kata idola sebagai “tokoh yang dikagumi”, “panutan” atau “pujaan”. Kebanyakan idola yang dimiliki tiap individu karena dianggap sebagai refleksi dari diri masing – masing individu itu sendiri.

Hallyu atau *Korean Wave* dimana merupakan istilah yang diberikan untuk budaya pop Korea Selatan yang tersebar secara global di berbagai negara dunia, termasuk di Indonesia (Wahyudi A.M. dalam *Jurnal Masyarakat dan Budaya*, vol.15, no.1, 2013 : 201-212). Kemunculan *Hallyu* ke Indonesia pada tahun 2000-an dimulai dari momen lolosnya Korea Selatan ke babak perempat final piala dunia pada tahun 2002 yang ditayangkan di salah satu stasiun TV Indonesia. Kemudian hal tersebut dipergunakan untuk memperkenalkan drama seri Korea atau *K-Drama*. Stasiun televisi Trans TV menjadi yang pertama menayangkan *K-Drama* berjudul *Mother's Sea* pada Maret 2002. Kemudian drama “*Endless Love*” di stasiun TV Indosiar pada 1 Juli 2002 dan “*Winter Sonata*” di stasiun TV SCTV pada tahun yang sama (Wahyudi A.M dalam *Jurnal Masyarakat dan Budaya* vol 15 no 1, 2013 : 201-212).

Mengingat tentang *Hallyu* atau *Korean Wave*, hal yang sering didengar oleh masyarakat adalah *K-POP* atau *Korean Pop* merupakan istilah untuk demam korea (*Korean Wave*) yang berfokus pada *fashion*, film, drama, dan musik-misalnya, telah menjadi *trendsetter* yang diikuti anak – anak muda, bukan hanya aliran musiknya namun gaya berpakaianya.

Hadirnya *K-POP* ke Indonesia membuat masyarakat menambah daftar idola mereka ke arah artis yang berasal dari Korea Selatan. Selain

wajah yang rupawan, *Hallyu Star* / Bintang Aliran Korea Selatan memberi masyarakat konten hiburan yang yang disukai dari segi musik, jalan cerita dalam film dan drama serta hal – hal lainnya.

K-POP membawa nama – nama sejumlah artis asal Korea Selatan atau biasa disebut *Hallyu Star* dapat terdiri dari aktor atau aktris maupun idol yang terkenal di luar Korea Selatan dan secara tidak langsung membawa budaya Korea ke luar Korea Selatan ke wilayah Indonesia. Salah satu *Hallyu Star* yang mempunyai penggemar baik dari Korea Selatan hingga internasional adalah EXO yang memulai debut pada April tahun 2012 dengan mini album pertama *MAMA*.

EXO mempunyai dua belas anggota yang dibagi dalam dua sub grup dimana berpromosi di dua negara yaitu EXO – K (Korea) yang beranggotakan Suho (*leader*), Chanyeol, Sehun, Kai, Baekhyun, D.O dan EXO – M (Mandarin) yang beranggotakan Kris, Tao, Luhan, Lay, Chen, Xiumin. Namun pada tahun 2014, Kris dan Luhan memutuskan untuk hengkang dari EXO karena permasalahan kontrak dengan agensi. Kemudian disusul Tao di tahun 2015 karena permasalahan yang sama. (Sumber : <https://www.soompi.com/2016/07/21/kris-and-luhan-settle-with-sm-entertainment-agencys-reps-release-statement/> diakses 26 November 2016 pukul 11.49 WIB).

Kepopuleran EXO dapat terlihat dari keberhasilan dalam penjualan album yang menurut *Gaon Chart*, penjualan album EXO sejak debut pada 2012 hingga saat ini, mencapai 7.031.458 kopi, termasuk album versi Korea dan Mandarin, projek solo Lay dan Baekhyun, sub-unit CBX dan penjualan DVD konser *EXOLOGY : Chapter 1 The Lost Planet* dan album spesial *winter* yang dikeluarkan pada 2014,2015 dan 2016. (Sumber : *Line @OhSehunIndonesia* diakses 11 Februari 2017).

Kemudian, dari penjualan album tersebut, EXO mendapat julukan yang sebagai “*Triple Million Seller*” dimana EXO berhasil menjual album sejumlah tiga juta kopi untuk tiga album mereka untuk album XOXO (2013), EXODUS (2015), EX’ACT (2016). Berikut tabel penjualan album EXO yang berhasil mencapai jumlah satu juta kopi peralbum :

Tabel 1.1

Penjualan Album EXO 3 (tiga) juta kopi untuk 3 (tiga) album.

<u>Nama Album</u>	<u>Title Track</u>	<u>Tanggal Rilis</u>	<u>Album Yang Terjual</u>	<u>Jumlah Album Yang Terjual</u>
XOXO (First Studio Album)	<i>Wolf</i>	3 Juni 2013	471.570	1.007.577 (terhitung sejak 27/12/2013)
	<i>Growl</i>	5 Agustus 2013	536.007	
EXODUS (Second Studio Album)	<i>Call Me Baby</i>	30 Maret 2015	753.860	1.125.020 (terhitung sejak 02/06/2015)
	<i>Love Me Right</i>	3 Juni 2015	371.160	
EX'ACT (Third Studio Album)	<i>Monster</i>	9 Juni 2016	796.085	1.170.365 (terhitung sejak 17/08/2016)
	<i>Lotto</i>	16 Agustus 2016	374.280	

Sumber : LINE@Oh Sehun Indonesia diakses 24 November 2016 pukul 11.55 WIB.

Gambar 1.1

Tropi Berbagai Acara Musik Mingguan EXO



Sumber : Twitter @SMTOWNSUB diakses 16 November 2016 pukul 20.47

Penjualan album tersebut berpengaruh pada chart acara mingguan yang dilangsungkan di stasiun TV Korea Selatan, sehingga EXO sudah membawa 94 trofi sejak debut pada tahun 2012 hingga sekarang. Jumlah trofi tersebut belum ditambah dengan acara penghargaan musik tahunan yang diselenggarakan oleh berbagai stasiun televisi Korea Selatan maupun diluar Korea Selatan dengan jumlah total 124 piala dari debut hingga 2017.

Gambar 1.2

Beberapa Penghargaan EXO di Acara Musik Tahunan



Sumber : Twitter @SMTOWNSUB diakses 04 Desember 2016 pukul 17.47 WIB

Tabel 1.2

Perolehan tropi EXO dari 2012 hingga 2017

Award yang diperoleh	Nominasi	Award Program Musik Mingguan
124	44	94 (termasuk proyek duet)

Sumber : Olahan Penulis dari berbagai sumber

Prestasi yang diraih EXO membuktikan keinginan penggemar EXO yang besar dalam mendukung idolanya untuk meraih penghargaan dengan tujuan nama EXO semakin diperhitungkan di dunia musik Korea Selatan bahkan kelas internasional. Selain itu penggemar juga ingin membuktikan

kepada masyarakat bahwa mereka mampu mengiringi langkah EXO sebagai ajang eksistensi diri sebagai penggemar.

Penggemar di Korea Selatan mungkin lebih bebas memberi dukungan pada idola mereka dengan cara menghadiri langsung acara temu penggemar (*fanmeet*) hingga datang ke acara musik mingguan dan tahunan. Namun hal berbeda dirasakan oleh penggemar luar Korea Selatan yang menempuh berbagai cara untuk melihat idola mereka. Namun, tetap tidak dapat dibandingkan dengan penggemar di Korea Selatan yang dapat bertemu dengan mereka dalam beberapa waktu. Sehingga memunculkan keinginan untuk berkumpul antar penggemar *K-POP* di luar Korea Selatan dengan tujuan berbagi info dan hal – hal lainnya yang berhubungan dengan idola mereka.

Kemudian, penggemar *K-POP*, yang didominasi oleh anak muda memunculkan banyaknya komunitas penggemar *K-POP* yang berisi individu yang mempunyai hobi dan tujuan yang sama tentang *K-POP* sehingga memutuskan membentuk sebuah kelompok. Sebuah kelompok menurut Rahmat, 2007:141, diperlukan kesadaran anggotanya akan ikatan yang sama, yang mempersatukan mereka. Sehingga, dapat dikatakan kelompok akan terbentuk bila dua orang atau lebih mempunyai tujuan serta hobi yang sama, dimana tercipta komunikasi dalam kelompok tersebut dan ikatan yang mempersatukan tiap individu didalamnya.

Sama halnya di kota Bandung, banyak komunitas penggemar *K-POP* berdiri dan mempunyai karakteristik masing – masing. Komunitas dapat dikatakan sebagai kelompok karena didalamnya terdapat individu yang mempunyai minat dan tujuan yang sama. Kelompok sendiri berarti suatu unit sosial atau kesatuan sosial dimana terdiri atas 2 (dua) atau lebih individu yang telah mengadakan interaksi sosial yang cukup intensif dan teratur, sehingga diantara individu terdapat pembagain tugas, struktur dan norma – norma tertentu yang khas bagi kelompok tersebut (Sherif and Sherif, 1956, dalam Ahmadi, 2009 : 87). Sedangkan penggemar sendiri menurut Henry Jenkins (1992 : 12) arti *fan* atau penggemar adalah merupakan penyingkatan dari kata “*fanatic*”, yang berasal dari kata Latin

“*fanaticus*” yang mempunyai arti asal sebuah pemujaan; pelayan; seorang pengikut.

Didasari oleh keinginan berbagi informasi dan bersama orang – orang yang mempunyai kegemaran yang sama, kemudian penggemar yang berasal dari Kota Bandung membentuk kelompok penggemar (*fandom*) yang merupakan wadah bagi penggemar EXO di Bandung untuk berekspresi dan mencurahkan aspirasi hal – hal terkait EXO dengan nama EXO – L Bandung. Sehingga, dukungan untuk EXO lebih terarah dan dapat terlihat oleh masyarakat bahkan dimata penggemar internasional atau mungkin nantinya bisa dilihat oleh anggota EXO sendiri melalui beragam bentuk kegiatan yang berhubungan dengan EXO untuk menunjukkan kecintaan mereka kepada EXO.

Dalam penelitian ini, peneliti mengemukakan bahwa komunitas EXO – L Bandung merupakan salah satu wadah untuk mempersatukan penggemar EXO di Bandung, dimana individu yang menyukai *boyband* EXO serta memiliki persepsi yang sama terkait EXO. Para anggota komunitas EXO – L Bandung menemukan sesuatu yang beda dari segi karakteristik yang ditampilkan oleh komunitas EXO – L Bandung itu sendiri serta sebagai pengetahuan mengenai EXO.

Komunitas EXO – L Bandung sudah berdiri sejak 4 Januari 2012 dan menjadi komunitas penggemar *K-POP* terbesar dengan anggota komunitas terbanyak di Bandung. Hal ini terlihat dari jumlah pengikut di akun Instagram komunitas penggemar *K-POP* di Bandung

Tabel 1.3 Daftar Jumlah Pengikut Instagram Komunitas Penggemar K-Pop di Bandung

No	Nama Komunitas	Jumlah Follower
1	EXO – L Bandung	724
2	DBSK_ Home Bandung	282
3	ELF Bandung	277
4	SMTown Bandung	220
5	Shawol Bandung	72

Sumber : *instagram.com* dengan Olahan Penulis terhitung sejak 11 Maret 2017.

Nama EXO – L sendiri diambil dari nama resmi penggemar EXO yaitu EXO – L (*EXO LOVE*) yang berarti penggemar (EXO – L) berada di antara EXO yang dibagi dalam EXO – K (Korea) dan EXO – M (Mandarin). (Sumber : <https://koreanindo.net/2014/08/05/exo-umumkan-nama-fan-club-resmi-exo-l/> diakses pada 16 November 2016 pukul 09.57 WIB).

Komunitas EXO – L Bandung sendiri memiliki sejumlah prestasi seperti, *best fandom* dalam acara *gathering SMTown* Bandung 2016 pada September 2016 di Rumentang Siang dimana mengumpulkan seluruh komunitas penggemar artis *S.M. Entertainment*. dan acara “*Happy K-POP New Years 3*” di *Festival Citylink Mall* pada Desember 2016.

Gambar 1.3 Penghargaan *Best Fandom* saat *SMTown Gathering 2016* dan *Happy K-POP New Years 3 2016*



Sumber : Line @EXO-L BANDUNG diakses 16 Januari 2017 pukul 21.08 WIB

Dengan prestasi diatas, EXO – L Bandung dapat dikategorikan sebagai komunitas besar di Bandung. Setiap anggota yang tergabung dalam komunitas EXO – L Bandung secara tidak langsung tertarik dan mengikuti alur yang ada di lingkungan komunitas EXO – L Bandung. Kemudian, tanpa disadari membentuk identitas diri individu yang berada di dalam lingkungan komunitas dengan tujuan mengikuti perkembangan dan mendapat pengakuan dari anggota lainnya.

Identitas diri muncul dengan sendirinya dan berada pada diri seseorang atau dapat dikatakan cerminan diri yang berasal dari lingkungan

sekitar, baik keluarga, budaya, etnis bahkan kelompok yang dimana seseorang ikuti dan menjadi atribut yang melekat pada individu. Sehingga, dengan aktifitas komunitas, mereka ingin menunjukkan pada masyarakat tentang keberadaan mereka sebagai konsep diri sebagai penggemar EXO di Bandung.

Peneliti memilih subjek penelitian komunitas EXO – L Bandung karena kebanyakan anggota komunitas EXO – L Bandung memiliki konsep diri sebagai penggemar yang dibentuk dalam lingkup komunitas EXO – L Bandung sehingga karakter yang ditampilkan anggota komunitas akan terlihat dalam kegiatan sehari – hari untuk menunjukkan identitas seorang penggemar EXO.

Konsep diri menurut Charles Cooley,1972 dalam West and Turner,2007 : 106, diri berkembang dari bayangan bagaimana kita dilihat oleh orang lain atau disebut cermin diri (*looking-glass self*) yang mempunyai tiga prinsip pengembangan yaitu : (1) kita membayangkan bagaimana kita terlihat dimata orang lain, (2) kita membayangkan penilaian mereka mengenai penampilan kita, (3) kita merasa tersakiti atau bangga berdasarkan perasaan pribadi. Sehingga, anggota EXO – L Bandung memandang komunitas sebagai cermin diri dimana mereka ingin terlihat di mata orang lain sebagai bagian dari komunitas.

Konsep diri yang muncul dalam diri anggota komunitas EXO – L Bandung, dimulai dari proses pembentukan identitas diri yang berasal dari masyarakat (*society*) sebagai cara pandang individu pada keseluruhan penggemar EXO di Bandung. Menurut Mead dalam West and Turner,2007 : 107-108 ada dua bagian penting masyarakat yang mempengaruhi pikiran dan diri. Pertama, orang lain secara khusus dimana individu yang signifikan dengan kita (*Significant Other*). Biasanya keluarga, teman, kolega dimana melihat orang lain secara khusus untuk mendapatkan rasa penerimaan sosial dan rasa mengenai diri. Kedua, orang lain secara umum (*Generalized Other*) dimana cara pandang dari sebuah kelompok sosial atau budaya sebagai suatu keseluruhan.

Dilihat dari kegiatan yang dilakukan anggota EXO – L Bandung yang biasa diberi nama *fangirling* dimana kegiatan tersebut dilakukan saat ingin mengetahui segala kegiatan EXO dengan cara mencari informasi yang berkaitan dengan EXO di portal berita seperti *Soompi* atau *fanbase* EXO baik *fanbase* tim maupun masing – masing *member*. Kemudian, menonton konser atau *music* video baik *streaming* maupun *download* di Youtube maupun situs yang berkaitan dengan EXO, menonton acara – acara yang menampilkan EXO dan memberi dukungan EXO seperti memberi *vote* pada ajang penghargaan MAMA (*Mnet Asian Music Award*) 2016 setiap hari dan membeli *merchandise* resmi maupun buatan komunitas dengan mempunyai keinginan yang mendorong segala kegiatan mereka terkait EXO. Dalam komunitas, mereka berbagi info tentang kegiatan EXO maupun link download sehingga masing – masing anggota EXO – L Bandung mengetahui aktifitas EXO melalui komunitas.

Dengan menggunakan atribut EXO termasuk membeli *merchandise* hingga mengikuti kegiatan EXO melalui konser dan *streaming video fancam*, tidak menutup kemungkinan individu tersebut secara tidak langsung mengalami pembentukan identitas diri sebagai penggemar dimulai dari perubahan prioritas dalam kehidupan sehari – hari hingga pola pikir yang sama dengan komunitas.

Kemudian dalam aktivitas dunia nyata, penggemar EXO mempunyai atribut benuansa EXO mulai dari album berbagai versi hingga *merchandise* yang dikeluarkan oleh *S.M. Entertainment*. Kemudian, mengadakan kegiatan berupa proyek untuk EXO seperti merayakan ulang tahun anggota EXO maupun donasi yang membantu sesama hingga menonton konser EXO saat di Indonesia meskipun harga yang tergolong mahal. Komunitas pun mengakomodasi transportasi anggota yang menonton konser tersebut. Anggota komunitas menciptakan identitas agar mudah dikenali masyarakat. Dengan kegiatan yang dijalani anggota komunitas yang menjadi gaya hidup mereka, membuat individu yang berada di

lingkungan tersebut mempunyai konsep diri yang sama satu sama lain, dikarenakan adanya interaksi sesama anggota komunitas.

Gaya hidup adalah pola konsumsi yang merefleksikan pilihan individu dalam hal bagaimana mereka menghabiskan uang dan waktunya (Solomon, 2011). Sehingga, identitas diri sebagai penggemar dapat dilihat dari bagaimana mereka menjalani aktifitas sehari – hari. Di Bandung sendiri, para penggemar EXO bergabung dan mendedikasikan kegiatan mereka untuk EXO sehingga tanpa disadari, membentuk identitas diri sebagai penggemar yang didorong oleh berbagai faktor, dapat memunculkan konsep diri sebagai penggemar.

Gaya hidup yang dilakukan oleh penggemar, dapat terlihat dari sambutan yang diberikan saat kedatangan berbagai *Hallyu Star* ke Indonesia terutama EXO untuk berbagai keperluan dari konser, *fanmeet* hingga pemotretan majalah. Mereka menyambut di bandara dengan gembira dan menjamurnya produk – produk Korea Selatan seperti kosmetik hingga produk budaya contohnya tempat makanan khas Korea Selatan. Di Bandung sendiri mempunyai beberapa gerai kosmetik Korea Selatan seperti *Etude*, *The Body Shop*, *The Face Shop* dan lain – lain serta *restaurant* makanan Korea Selatan seperti *Mujigae*, *Chingu Cafe* yang juga menampilkan *music video* dari idola Korea Selatan seperti EXO.

Interaksi yang terjadi dalam komunitas didasari oleh komunikasi yang melingkupi kehidupan sehari – hari. Keinginan berkelompok timbul karena rasa solid yang muncul karena mengutamakan kebersamaan didalam komunitas dan mengungkapkan identitas diri sebagai penggemar EXO di masyarakat. Interaksi di lingkungan komunitas menjadi motif untuk berperilaku sama sebagai bentuk penyesuaian diri individu terhadap komunitas yang diikuti. Dengan adanya hal tersebut, dapat menyebabkan pembentukan identitas diri dikalangan EXO – L Bandung sebagai penggemar EXO.

Motif menurut Gerungan, 1966 dalam Ahmadi, 2009:177, adalah suatu pengertian yang melengkapi semua penggerak alasan – alasan atau

dorongan – dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan ia berbuat sesuatu, menjadi alasan muncul konsep diri pada anggota komunitas EXO – L Bandung.

Fenomena membentuk komunitas muncul, seiring dengan berkembangnya gaya hidup di masyarakat perkotaan. Identitas diri sebagai penggemar yang mencintai idolanya dan tidak semua orang mengerti hal tersebut, membuat keinginan berkelompok dengan para penggemar lebih besar, sehingga mereka bergabung dalam sebuah komunitas dimana mereka bisa saling bertukar informasi serta membicarakan idola mereka dengan nyaman serta memenuhi kebutuhan pribadi sebagai EXO untuk unjuk diri, karena akan terlihat di mata masyarakat dan penggemar lainnya, bila dukungan tersebut dalam bentuk kelompok daripada perseorangan.

Gambar 1.4 Merchandise untuk anggota dan kegiatan acara *Happy Chanyeol Day* pada 20 November 2016 di Kopi Endeus.



Sumber : Instagram @OFF_EXOLBANDUNG diakses 22 November 2016 pukul 20.34 WIB.

Berdasarkan uraian diatas, jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah fenomenologi dimana peneliti mendeskripsikan pemaknaan umum dari sejumlah individu terhadap berbagai pengalaman hidup mereka terkait dengan konsep atau fenomena. Tujuan utamanya untuk mereduksi pengalaman individu pada fenomena menjadi deskripsi tentang esensi atau intisari universal (“pemahaman tentang sifat yang khas dari sesuatu,” van Manen, 1990, hlm. 177 dalam Creswell (2014 : 105)).

Peneliti melihat fenomena – fenomena yang terjadi dalam komunitas EXO – L Bandung yang membentuk identitas diri anggota komunitas EXO – L Bandung. Serta mempelajari perilaku, kebiasaan, dan cara hidup sehari – hari dengan terjun langsung mengamati kehidupan mereka sehari – hari, wawancara mendalam, dan mengamati bahasa, gerak – gerik, interaksi yang terjadi didalam komunitas. Fenomenologi harus sesuai dengan kondisi lapangan tanpa adanya rekayasa dari peneliti.

Dari uraian diatas, dapat ditarik sebuah fenomena yang terjadi dalam sebuah kelompok tentang identitas diri yang terbentuk di komunitas EXO – L di kota Bandung, karena kelompok penggemar berperan penting untuk individu dimana anggota komunitas memilih EXO sebagai idola mereka dan menjadi konsep diri individu yang bernaung didalam komunitas.

Alasan inilah yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti secara mendalam tentang identitas diri yang dibentuk anggota komunitas EXO – L Bandung. Peneliti membatasi masalah pada penelitian ini hingga konsep diri yang muncul pada anggota komunitas EXO – L Bandung. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti merumuskan masalah yaitu : “Pembentukan Identitas Diri Anggota Komunitas EXO – L Bandung (Studi Fenomenologi tentang Pembentukan Identitas Diri Anggota Komunitas EXO – L Bandung)”.

1.2 Fokus Penelitian

1. Bagaimana pembentukan identitas diri anggota komunitas EXO – L Bandung ?
2. Bagaimana anggota EXO – L Bandung memaknai identitas diri sebagai penggemar ?
3. Bagaimana konsep diri anggota EXO – L Bandung ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pembentukan identitas diri anggota komunitas EXO – L Bandung.

2. Untuk mengetahui anggota EXO – L Bandung dalam memaknai identitas diri sebagai penggemar.
3. Untuk mengetahui konsep diri anggota EXO – L Bandung

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan bagaimana sebuah identitas diri muncul dari komunitas dan membentuk konsep diri pada sesuatu yang individu tekuni dalam komunitas tersebut. Manfaat penelitian ini juga terdiri dari dua aspek yaitu :

- 1) Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan menjadi literatur penelitian bagi kegunaan pendekatan dan teori yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain pendekatan fenomenologi dan teori yang berkaitan dengan identitas diri sebuah komunitas.

Bagi penelitian – penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini dapat menggunakannya sebagai studi perbandingan serta dapat mengaplikasikan teori – teori yang sesuai dengan penelitian fenomenologi. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat berkontribusi dalam memberi informasi dan pengetahuan.

- 2) Aspek Praktis

- a) Berguna bagi pihak – pihak terkait terutama para penggemar EXO agar dapat dijadikan sebagai tambahan informasi dan indikator untuk membuat keputusan yang disesuaikan dengan identitas komunitas serta menjelaskan penggunaan atribut tersebut sebagai bentuk loyalitas pada EXO.
- b) Menjadi rujukan penelitian sejenis khususnya mengenai identitas diri yang terbentuk dalam komunitas dimana hal ini dialami oleh para penggemar idola

1.5 Tahapan Penelitian

Dalam menyusun penelitian ini, penulis membuat beberapa tahapan penelitian dan menyusun tahapan tersebut agar mengetahui identitas diri

anggota komunitas EXO – L Bandung. Adapun tahapan – tahapannya menurut Moleong,2011:127-148 sebagai berikut :

1) Tahap Pra Penelitian

a) Mengangkat fenomena yang terjadi

Salah satu fenomena yang sedang “naik daun” di masyarakat saat ini salah satunya adalah *Hallyu* / Aliran Korea. Peneliti memfokuskan penelitian pada komunitas EXO – L dimana EXO – L adalah nama *fans club boyband* EXO yang merupakan bagian dari fenomena *Hallyu*.

b) Memilih lokasi penelitian

Komunitas EXO – L Bandung adalah subjek yang akan diteliti oleh peneliti dalam penelitian ini.

c) Mengurus perijinan penelitian.

Peneliti meminta persetujuan kepada ketua EXO – L Bandung, Ima Ismatunnisa agar mempermudah penelitian ini.

d) Mengajukan tema penelitian kepada dosen pembimbing.

e) Menyusun rancangan penelitian sesuai dengan PEDAK Telkom University.

f) Menentukan informan.

Informan ditentukan berdasarkan teknik *purposive sampling* dengan metode *snowball* yang akan dijelaskan pada bab tiga.

g) Menyiapkan perlengkapan penelitian.

Berbagai perlengkapan sebelum ke lapangan, peneliti menyiapkan alat tulis untuk mencatat data, alat merekam, kamera foto, dan pertanyaan wawancara.

2) Tahap Penelitian

a. Penampilan Peneliti

Penulis akan menyesuaikan penampilannya dengan situasi latar penelitian, salah satunya cara berpakaian seperti saat menghadiri kegiatan komunitas, peneliti akan menggunakan

pakaian bertema EXO dan aktif mengikuti kegiatan, contohnya saat kuis maupun permainan yang diadakan dalam aktifitas komunitas.

b. Pengenalan hubungan penulis di lapangan

Penulis akan membina hubungan baik dengan subjek penelitian dengan rutin menghadiri kegiatan EXO – L Bandung dan sering berkomunikasi dengan anggota lainnya, serta melihat situasi yang dapat mendukung penelitian.

c. Jumlah waktu penelitian

Pembagian waktu pada saat penelitian akan digunakan seefektif mungkin dengan informan di tempat.

d. Mencatat Data

Penulis akan mencatat berbagai data mulai dari observasi, wawancara, hingga analisis dokumen yang dimiliki oleh subjek penelitian.

3) Tahap Analisis Data

a. Deskripsi / Orientasi Informasi

Mengumpulkan berbagai data yang didapat pada saat melakukan penelitian mulai dari wawancara hingga pengamatan peneliti di lapangan.

b. Reduksi / Fokus Data

Mengumpulkan data sesuai dengan fokusnya agar memudahkan penulis untuk melakukan ke tahap selanjutnya.

c. Seleksi Data

Setelah melakukan deskripsi dan reduksi, data – data tersebut diseleksi untuk dimasukkan ke dalam laporan akhir penelitian.

4) Hasil Akhir

Data – data yang telah diseleksi akan menjadi hasil akhir yang berupa penulisan laporan penelitian.

Berikut tahapan penelitian berdasarkan waktu :

Tabel 1.4
Periode Penelitian

Kegiatan	Bulan (2016 s/d 2017)						
	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr
Mencari topik penelitian dan menentukan judul							
Mengumpulkan keseluruhan informasi							
Pencarian sampel penelitian							
Menyusun seminar proposal							
Seminar Proposal Skripsi							
Pengumpulan Data							
Wawancara Informan							
Analisis Data							
Menyusun Skripsi							
Sidang Skripsi							

Sumber : *Oleh Penulis,2016*

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian akan dilakukan ditempat yang belum bisa ditentukan atau sesuai kesepakatan antara peneliti dan narasumber. Karena, lokasi dan waktu tergantung dari ketersediaan informan untuk memberikan data, sehingga menyesuaikan waktu luang yang dimiliki oleh mereka. Untuk pengamatan di lapangan, peneliti menghadiri sejumlah kegiatan yang diadakan oleh komunitas seperti *mini gathering*, *event K-POP* contohnya, *cover dance*, serta *gathering EXO – L Bandung* sekaligus merayakan *anniversary* komunitas yang ke lima sejak dibentuk pada 4 Januari 2012 dan menjadi salah satu agenda kegiatan komunitas EXO – L Bandung.