

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Konteks Penelitian

Akhir abad ke-20 dikenal dengan awal dari era globalisasi. Globalisasi mengharuskan masyarakat dunia bersiap-siap menerima masuknya pengaruh budaya barat terhadap seluruh aspek kehidupan. Pernyataan tersebut ditegaskan dalam jurnal Universitas Multimedia Nusantara (UMN) Vol. 3 No. 2 yang berjudul Diantara Pusaran Gelombang Korea oleh Wuryanta, globalisasi dinyatakan sebagai suatu proses dimana antarindividu, antarkelompok, dan antarnegara saling berinteraksi, bergantung, terkait, dan memengaruhi satu sama lain yang melintasi batas negara. Aspek kebudayaan menjadi isu penting globalisasi karena budaya pop (film, musik, pakaian, dan sebagainya) mengusung nilai-nilai dan ideologi barat seperti *pleasure*, hiburan, gaya hidup modern.

Salah satu contoh nyata dari dampak globalisasi adalah *Korean Wave* atau *hallyu*. Dalam www.academia.edu, istilah *hallyu* ini berasal dari media massa di Cina. Tepatnya pada tahun 1997, drama Korea 'What Is love All About' (사랑이 뭐길래 dibaca: *Sarangi Mwo Gille*) pertama kali tayang di CCTV China. Sejak saat itu, banyak orang Cina yang suka. Produk budaya (drama) Korea pun semakin banyak ditayangkan di negeri Cina. Selain itu, pada saat yang sama, grup *boyband* Korea, yaitu H.O.T juga menjadi terkenal di daratan Cina. Kombinasi terkenalnya drama dan musik Korea (istilah K-Pop saat itu belum ada) di Cina menjadikan media massa Cina memunculkan istilah *hallyu*. Setelah itu, Taiwan, Vietnam,

Jepang, dan negara-negara lain terimbas dan ikut mulai menyukai *Hallyu*.

Globalisasi budaya pop Korea ini berhasil memengaruhi kehidupan masyarakat dunia. Hasil diskusi dalam rangka memperingati hari jadi Jurusan Korea di Universitas Gadjah Mada menyatakan bahwa Korea pada abad 21 dapat dikatakan berhasil menyaingi *Hollywood* dan *Bollywood* dalam melebarkan sayap budayanya ke dunia internasional. Berbagai produk budaya Korea mulai dari drama, film, lagu, *fashion*, hingga produk-produk industri menghiasi ranah kehidupan masyarakat di berbagai belahan dunia. Bukan hanya di kawasan Asia tetapi sudah merambah ke Amerika dan Eropa (<http://www.scribd.com/doc/77920132/Skripsi-Korea-Gaya-Hidup> pada tanggal 13 Mei 2013 pukul 20.30 WIB).

Hallyu seakan menjadi budaya pop yang mewabah di berbagai negara di dunia, tak terkecuali di Indonesia. Di Indonesia sendiri, *Korean wave* diawali dengan kemunculan drama seri Korea terlaris yaitu *Endless Love* pada tahun 2002 di saluran televisi Indosiar. Pernyataan tersebut didukung oleh *statement* jurnal UMN yang menyatakan bahwa wabah budaya pop Korea di Indonesia dipicu dengan program Piala Dunia Korea-Jepang 2002 yang berakhir dengan masuknya Korea sebagai kekuatan empat besar dunia dalam persepakbolaan dunia. Kesuksesan Korea di Piala Dunia 2002 semakin mempersohorkan nama Korea di mata dunia. Beberapa waktu menjelang, selama dan setelah hiruk-pikuk Piala Dunia, beberapa stasiun televisi swasta tanah air bersaing menayangkan musik, film, maupun drama seri Korea. *Endless Love* pun ditayangkan ulang di saluran televisi RCTI pada tahun 2003.

Korean wave tidak datang begitu saja asalnya. Bersumber dari siaran berita metrotvnews.com pada tanggal 7 April 2012 pukul 18.55 WIB melaporkan bahwa:

Semua itu bermula pada 20 tahun lalu, ketika pemerintah Korsel merancang sebuah Korea masa depan, dengan budayanya yang digandrungi banyak orang di dunia. Pemerintah Korea sejak saat itu memberikan program beasiswa besar-besaran bagi para artis dan seniman di negaranya, untuk belajar di Amerika Serikat dan Eropa. Dari program inilah dihasilkan artis-artis berpengalaman yang mengerti selera musik, gaya hidup, bahkan selera pasar. Hasilnya, Korea kini memetik buah dari keseriusan menggarap industri pop mereka.

Segmentasi budaya pop Korea ternyata mampu menjangkau segala umur, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa sekalipun menjadi penikmat budaya pop Korea. Menurut Kim Song Hwan, seorang pengelola sindikat siaran televisi Korea Selatan, produk budaya Korea berhasil menjerat hati penggemar di semua kalangan terutama di Asia disebabkan teknik pemasaran bergaya *Hollywood* tapi dengan nilai Asia. Artinya, mereka mengemas nilai-nilai Asia yang dipasarkan dengan gaya modern (Wuryanta, 2011: 80).

Lebih lanjut, Paul Wills mengatakan bahwa kehidupan remaja adalah penggemar budaya pop. Mereka menciptakan suatu kreativitas simbolik dari apa yang mereka konsumsi dari media. Kreativitas simbolik sendiri merupakan bertumpuk cara dimana remaja menggunakan, memanusiakan, menghiasi, dan menobatkan makna-makna dalam ruang-ruang kehidupan dan prakter-praktek sosial yang umum. Mereka menciptakan gaya-gaya dan pilihan-pilihan pakaian, penggunaan musik, TV, majalah yang selektif dan aktif, hiasan kamar-kamar mereka, tirual-ritual percintaan dan gaya-

gaya subkultural seperti gaya bicara dan senda gurau, serta penciptaan musik dan tarian.

Korean pop (K-pop) –yang merupakan bagian dari demam Korea (*Korean wave*) berfokus pada *fashion*, film, drama, dan musik– misalnya, telah menjadi *trendsetter* yang diikuti anak-anak muda, bukan hanya aliran musiknya, namun juga gayanya dalam berpakaian (metrotvnews.com tanggal 7 April 2012 pukul 18.55 WIB).

K-pop pun berhasil masuk ke Indonesia. Menurut pengamat musik, Bens Leo, dalam sebuah portal komunitas dan berita *online* tnl.co.id mengatakan bahwa K-pop masuk ke Indonesia sekitar tiga tahun lalu melalui jaringan IT sehingga masyarakat mudah mengakses dan dapat melihat secara *audiovisual*. K-pop tidak hanya mengenalkan musik, tetapi K-pop juga mengenalkan budaya lewat gaya rambut, pakaian, maupun kostum (Nopiyanti, 2012).

Adapun dalam metrotvnews.com memaparkan bahwa, “Sebut saja *boyband* atau *girlband* Korea seperti Super Junior dengan aliran K-pop, dalam kurun waktu tiga tahun terakhir semakin populer dan mampu membangkitkan histeria dimana-mana.” Pernyataan tersebut disiarkan di televisi pada tanggal 7 April 2012 pukul 18.51 WIB.

Super Junior (Suju) *debut* pada tanggal 6 November 2005 dengan album perdananya yang bertajuk SuperJunior05 (TWINS). Saat itu, masih dengan 12 anggota (Denidya, 2011: 14). Seiring berjalannya waktu, kini Super Junior resmi memiliki 13 anggota.

Lebih lanjut dalam buku Denidya, Super Junior memiliki anggota yang bernama *Park Jungsu* alias *Leeteuk* (*leader*, vokal),

Kim Heechul (vokal), *Kim Youngwoon* alias *Kangin* (vokal), *Shin Donghee* alias *Shindong* (penari utama, vokal), *Kim Jongwoon* alias *Yesung* (vokal utama), *Lee Sungmin* (penari utama dan vokal), *Lee Hyukjae* alias *Eunhyuk* (penari utama, vokal), *Choi Siwon* (vokal), *Lee Donghae* (penari utama dan vokal), *Kim Ryeowook* (vokal utama), *Cho Kyuhyun* (vokal utama), *Henry* dan *Zhoumi* (sub grup Super Junior Mandarin).

Selanjutnya, Super Junior terbukti sebagai pemimpin *Korean wave* sekaligus *boyband* terbesar yang pernah ada di industri musik Korea Selatan. Pernyataan lain diterangkan pada situs asia.mtvema.com yang menyatakan bahwa:

Debut pada tahun 2005, Super Junior telah muncul sebagai pemimpin utama dari gelombang *Hallyu* dan memperoleh popularitas besar di seluruh dunia. Kelompok penghibur yang dianggap terbaik dengan beragam bakat, juga memiliki sub-unit dan kegiatan solo yang sukses sebagai aktor top, MC, DJ, dan model.

Fenomena tersebut menimbulkan adanya sebuah kelompok penggemar atau bisa dikatakan suatu komunitas dengan kesukaan yang sama. Menurut Jenson, pandangan khalayak penggemar budaya pop terbentuk karena adanya dominasi pemikiran sosial dari kelompok masyarakat yang lebih dominan (Wuryanta, 2011: 90). Dijelaskan pula dalam Indrawijaya (2010: 62) bahwa:

Kelompok berdasarkan kesukaan ditandai oleh adanya perasaan para anggotanya untuk lebih terikat kepada ketentuan dan kepentingan kelompok.ia berusaha menyesuaikan perilakunya dengan perilaku kelompok dalam mana ia merasa menjadi anggota.

Sebagai *boyband* nomor satu di Korea Selatan, Super Junior memiliki *fans club* sendiri. Pada tanggal 2 Juni 2006, *leader* Super Junior beserta perusahaan manajemennya meresmikan nama *fans club* Super Junior yaitu ELF. Dalam bahasa Inggris, ELF memiliki arti peri. Namun sang *leader* menjelaskan kepanjangan dari ELF sendiri adalah *Ever Lasting Friends* yang artinya teman abadi. Sang *leader* mengumumkan warna *pearl sapphire blue* (biru safir) adalah warna identitas Super Junior (Denidya, 2011: 14, 124).

Sj-world.net dan *twelfs.com* adalah salah satu dari *fan base* (kelompok penggemar) ELF bertaraf internasional yang berguna sebagai wadah atau tempat berbagi mengenai Super Junior kepada sesama penggemar di seluruh dunia. Masing-masing dari *website* internasional tersebut juga memiliki twitter sebagai tempat *update news* dan informasi. Jumlah *followers* dari twitter *sj-world.net* (@sjworld) adalah 124.11, sedangkan *twelfs.com* (@TwELFs) memiliki 120.718 (diakses pada tanggal 15 Mei 2013 pukul 08.00 WIB)

Di Indonesia juga memiliki *fanbase* seperti *sj-world.net* dan *twelfs.com* yaitu Sujonesia (@sujonesia), ELF Indonesia United (@ELF_INAunited), dan Forsujuindonesia (@forsujuindo). Ketiga *fan base* tersebut turut andil dalam *event-event* besar yang berkaitan dengan Super Junior di Indonesia, seperti contohnya sebagai salah satu distributor penjualan tiket konser Super Junior yang bertajuk Super Show 4 Indonesia tanggal 27-29 Mei 2012 dan Super Show 5 Indonesia tanggal 1-2 Juni 2013 di MEIS Ancol Jakarta.

Kota Bandung yang merupakan salah satu kota besar di Indonesia pun terkena dampak dari fenomena tersebut, terlihat dari

adanya suatu komunitas *Korean lovers* Hansamo (@BDGHansamo) yang berpusat di Bandung E-Tronical Mall (BeMall) lantai I-3 Jalan Naripan No. 89 yang menyatakan bahwa mereka telah diakui oleh Kedubes Korea Selatan. Berdasarkan pra-riset, penulis memantau *followers* twitter dan facebook ke beberapa *fan base boyband* dan *girlband* Korea Selatan yang kegiatannya aktif dan berada di Bandung. Berikut adalah tabel jumlah *followers fanbase* komunitas lain di Bandung yang menggemari *boyband* dan *girlband* dari Korea Selatan.

Tabel 1.1
Jumlah Followers Komunitas Penggemar Boyband dan Girlband Korea Selatan di Bandung

No.	Nama <i>Fanbase</i>	Grup Idola	Twitter (<i>followers</i>)	Facebook (<i>likes/members</i>)
1.	ELF Bandung	Super Junior	5632	4108
2.	2PM Hottest Bandung	2PM	2990	1397
3.	Soshi Fans Java	Girls' Generation	2475	637
4.	DBSK Home	DBSK	2039	442
5.	VIP Bandung	Bigbang	1506	-
6.	Inspirit Bandung	INFINITE	1144	-
7.	B.A.P Bandung	B.A.P	1038	315

Sumber: twitter dan facebook, diakses tanggal 15 Mei 2013

Dapat diketahui bahwa di antara *boyband* dan *girlband* Korea Selatan tersebut, *fanbase* ELF Bandung-lah yang menempati urutan pertama untuk posisi komunitas resmi terbanyak di antara komunitas *boyband* dan *girlband* lainnya di Bandung melalui *followers* dari masing-masing akun twitter dan facebook.

Didukung pula pernyataan dalam sebuah jurnal berjudul 'Pengembangan Bandung Kota Kreatif Melalui Kekuatan

Kolaboratif Komunitas' bahwa kota Bandung merupakan salah satu kota kreatif di Indonesia yang memiliki banyak kekuatan kreativitas, sehingga terpilih menjadi *pilot project* kota kreatif se-Asia Pasifik. Kota Bandung memiliki sebuah forum lintas sektor kreatif yaitu '*Bandung Creative City Forum*' (@BCCF_bdg) sebagai wadah berkreasi dan kolaborasi antar komunitas yang dibentuk oleh Ridwan Kamil (Fitriyana, 2012: 1). Alasan tersebut menjadi alasan utama bagi penulis untuk memilih ELF Bandung sebagai objek penelitian yang dituju.

Jurnal UMN memaparkan bahwa para penggemar secara rutin saling bertemu, berkomunikasi, dan tukar menukar informasi. Bahkan mengganti nama-nama panggilan mereka dengan nama-nama Korea. Cara bicara mereka juga unik, yaitu dengan menyelipkan istilah-istilah dalam bahasa Korea, seperti *aigoo* (ya ampun), *oppa* (panggilan dari wanita kepada laki-laki yang lebih tua dan sudah dekat), dan sebagainya. Tidak sampai di situ saja, mereka juga terobsesi untuk mempelajari bahasa Korea. Tak ketinggalan pula, segala atribut yang berlabel Korea menarik minat mereka, mulai dari produk elektronik, alat *make-up*, *fashion*, restoran makanan khas Korea, dan festival budaya Korea menjadi incaran *fandom* (*fans kingdom*). Mereka berusaha untuk menunjukkan identitas Korea mereka lewat produk-produk yang mereka gunakan (Wuryanta, 2011: 80).

Sama halnya dengan komunitas ELF Bandung sendiri. Sejak tahun 2009, sebuah komunitas bernama komunitas ELF Bandung terbentuk yang diprakarsai oleh Ade Wulan (kini ia menjadi anggota *cover dance* Girls' Generation dari Bandung yang bernama Q-Girls).

Awalnya, tujuan dibentuk komunitas ELF Bandung hanya untuk berbagi informasi dan hobi sesama ELF kawasan Bandung dan sekitarnya. Tempat berkumpul mereka pun berada di BeMall. Namun sekarang, komunitas ini telah menampung hampir 500 ELF yang terdaftar sebagai anggota resmi *fan base* ELF Bandung melalui data *id card* yang dibuat oleh tim pengurus ELF Bandung, Adinda NA (pengurus ELF Bandung) menuturkan hal tersebut ketika mengobrol via LINE chat.

Selain sebagai kartu identitas anggota resmi komunitas ELF Bandung, *id card member* tersebut juga memiliki fungsi sebagai alat potong harga/diskon belanja di KpopAddict Shop dengan syarat dan ketentuan berlaku, dan diskon untuk harga tiket masuk di cara *gathering* ELF Bandung yang diadakan tiap tahun. Hingga kini, bukan hanya ELF yang berasal dari Bandung saja yang berada di bawah komunitas ELF Bandung, tapi terdapat pula ELF yang berasal dari daerah lain di sekitar Bandung, seperti Cimahi, Garut, dan Majalaya (sumber dari arsip proposal kegiatan *gathering* ‘7 Years of Love’ oleh ELF Bandung).

Gambar 1.1
Logo Komunitas ELF Bandung



Sumber: Arsip ELF Bandung

Berikut ini adalah tabel *list* acara yang berhasil diselenggarakan oleh ELF Bandung.

Tabel 1.2
Kegiatan yang Berhasil Diselenggarakan oleh Komunitas
ELF Bandung

No	Tanggal	Nama Acara	Tempat
1	15 November 2009	1 st Gathering ELF Bandung,	Bandung Indah Plaza
2	April 2010	2 nd Gathering “EverLasting Beautiful, Ever Lasting Friends”	Graha Aruna
3	November 2010	3 rd Gathering “Super Junior 5 th Anniversary”,	Be-Mall
4	Mei 2011	Sapphire Blue Ocean	CFD Dago
5	Juni 2011.	ELF Bandung Goes to KIMCHI	Bandung - Jakarta
6	18 September 2011	Thank You Gathering for ELF Bandung “Return of The Superior”	Festival Citylink Bandung
7	5 Februari 2012	Gathering “The Last Fandom Standing”,	New Majestic
8	28-29 April 2012	ELF Bandung Goes to Super Show 4 Indonesia	Bandung - Jakarta
9	4 Agustus 2012	Nonton Bareng dan Buka Bersama ELF Bandung	Be-Mall
10	22 September 2012	ELF Bandung Goes to SMTown Concert Jakarta	Bandung - Jakarta
11	6 November 2012	Gathering 7 Years of Super Junior	Festival City Link
12	9 Maret 2013	Lets Trip to MUBANK JAKARTA	Bandung - Jakarta
13	1-2 Juni 2013	ELF Bandung Goes To SuShow 5 INA	Bandung- Jakarta
14	20 Juli 2013	Gathering dan buka bersama Shawol dan ELF Bandung SUPER SHINING DAY	Balubur Town Square
14	Dan berbagai event undangan lainnya seperti siaran bersama membahas Super Junior di segmen Asian Delight Radio Ardan.		

Sumber: Arsip ELF Bandung

Berkaitan dengan topik penelitian mengenai perubahan identitas diri dan gaya hidup, salah satu contoh nyata adalah ELF dari Indonesia rela mengeluarkan uang dan waktunya demi menonton langsung konser Super Junior Super Show 3 Singapura (SS3 Singapura) tanggal 29-30 Januari 2011. Menurut berita yang tersebar di media massa didukung oleh pernyataan Indra Herlambang dan Vidi Aldiano yang turut menonton konser SS3 Singapura (Insert Pagi TransTV, 2011) bahwa 60% yang menonton konser tersebut adalah orang Indonesia (dkpopnews.net, 2011). ELF Indonesia yang menonton ke sana membawa hadiah istimewa berupa medali emas berjumlah sepuluh medali (karena pada saat itu hanya sepuluh anggota yang hadir di Super Show 3 Singapura) dan juga satu baju batik serta blangkon. Setiap medali berharga sekitar \$442.77 (sekitar empat juta rupiah).

Gambar 1.2
Medali Emas dari ELF Indonesia



Sumber: dkkopnews.net

Gambar 1.3
Tweet Medali Emas dari ELF Indonesia ke SS3 Singapura



Sumber: yeppopo.wordpress.com

Gambar 1.4
Anggota SJ (Shindong) Memakai Batik dari ELF Indonesia di SS3 Singapura



Sumber: yeppopo.wordpress.com

Hal tersebut mengarah kepada adanya perubahan identitas diri yang merasa ingin diakui oleh orang lain mengenai status dirinya yaitu sebagai ELF dengan menunjukkan kecintaannya kepada Super Junior. Asumsi tersebut didukung oleh pernyataan menurut Ting-Toomey dalam tulisannya, “Manusia memperoleh dan mengembangkan identitas mereka melalui interaksi mereka dalam kelompok budaya mereka” (Samovar et al, 2010: 194).

Begitu pula dalam jurnal Proses Pembentukan Identitas Diri Remaja menyatakan bahwa perkembangan dan perubahan identitas diri terjadi dikarenakan pengaruh pendidikan, budaya, jenis kelamin, serta lingkungan. Steinberg mengungkapkan, bahwa perkembangan masa remaja sangat dipengaruhi oleh konteks dimana ia berada. Latar belakang lingkungan, sosio-kultur masyarakat sekitar, maupun latar belakang keluarga (orang tua), akan ikut memberikan corak dan arah proses perkembangan maupun proses pembentukan identitas diri remaja yang bersangkutan (Purwadi, 2004: 50).

Tak dapat dipungkiri pula hal tersebut berpengaruh pada gaya hidup seorang ELF dalam hal ekonomi, sosial, dan budaya. Hal ini ditegaskan dalam jurnal yang berjudul *Gaya Hidup Remaja Pedesaan* bahwa:

Perubahan gaya hidup pada remaja sebenarnya dapat dimengerti bila melihat usia remaja sebagai usia peralihan dalam mencari identitas diri. Remaja ingin diakui eksistensinya oleh lingkungan dengan berusaha menjadi bagian dari lingkungan itu. Kebutuhan untuk diterima dan menjadi sama dengan orang lain yang sebaya itu menyebabkan remaja berusaha untuk mengikuti berbagai atribut gaya hidup yang sedang *in*. Remaja dalam perkembangannya dan emosinya masih memandang bahwa atribut yang superfisial itu sama penting (bahkan lebih penting) dengan substansi. Apa yang dikenakan oleh seorang artis yang menjadi idola para remaja menjadi lebih penting (untuk ditiru) dibandingkan dengan kerja keras dan usaha yang dilakukan artis idolanya itu untuk sampai pada kepopulerannya (Hastuti & Sudarwati, 2007: 70).

Maka dari itu, dalam hal ekonomi, seorang ELF akan rela mengeluarkan uang saku atau tabungannya untuk membeli pernak-pernik yang berhubungan dengan Super Junior, misalnya jaket. Selain itu, berdasarkan pra penelitian yang dilakukan oleh penulis saat memantau twitter ELF Bandung yang di-*update* pada akhir bulan Maret, mereka pun rela menyisihkan uang sakunya ke dalam tabungan agar bisa menonton konser tunggal Super Junior yaitu Super Show 5 yang rumornya akan ada di Indonesia pada pertengahan tahun 2013 ini.

Untuk hal sosial, ELF akan lebih cenderung berteman dengan orang yang memiliki hobi yang sama yaitu menggemari Super Junior. Pikiran mereka sama hanya tertuju pada Super Junior. ELF

pun akan berinteraksi dengan ELF yang lain melalui media *online* sehingga tanpa disadari mereka akan banyak meluangkan waktu untuk berinteraksi dengan ELF lain. Hal tersebut dapat menjadi sebuah kebiasaan baru yang akan menciptakan suatu ideologi di pemikiran masing-masing individu.

Hal ini pun dituturkan dengan sangat antusias oleh salah seorang informan penulis bernama Rini Wulandari semester enam di jurusan Hubungan Internasional Universitas Pasundan Bandung yang dulunya ia sangat menyukai artis luar negeri dan band indie Bandung.

Inti dari semuanya itu ada komunitasnya. Jadi kalo satu grup apapun ada komunitasnya pasti dia juga banyak kemana-mananya gitu, banyak link banyak kenalannya gitu....Korea *kan ga* satu grup idola itu aja ya, jadi kalo misalkan aku kenal *loh* sama adminnya komunitas ini, ya otomatis aku *tau* sedikit komunitasnya dan kenal juga sama *temen-temen* dalam komunitasnya (wawancara 8 April 2013).

Dari sinilah dapat disimpulkan bahwa budaya pop Korea yang juga termasuk ke dalam suatu budaya yang memiliki muatan ideologis, karena salah satu makna ideologi adalah pemahaman yang sama tentang sesuatu. Untuk memperkuat identitas diri, biasanya seseorang akan mencari orang-orang yang memiliki pemaknaan yang sama terhadap suatu hal. Mereka akan lebih nyaman apabila bersama dengan orang-orang yang mempunyai banyak kesamaan dalam beberapa hal.

Asumsi tersebut didukung oleh pernyataan dalam Purwadi (2004: 47-48) bahwa suasana emosi (*emotional tone*) yang menunjukkan rasa senang, bangga, dan bersemangat pada saat

menggal informasi yang dibutuhkan untuk menyusun identitas dirinya. Bahkan remaja tergugah perasaannya ketika membicarakan atau terdiskusi tentang berbagai alternatif yang berkaitan dengan arah pembentukan identitas dirinya. Remaja juga merasa bangga jika menyaksikan orang lain juga memiliki kecenderungan yang sama.

Begitu pula di dalam komunitas ELF Bandung. Menurut pengamatan yang penulis lakukan melalui grup facebook ELF Bandung, sekaligus ada tawaran mengenai *gathering* berbayar, pembelian album *original* Super Junior, kaos Super Junior, hingga membantu beberapa mahasiswa yang juga meminta bantuan kepada komunitas ELF Bandung untuk menjadi informan penelitian skripsi, ELF Bandung sangat antusias menanggapi. Apapun yang ada kaitannya dengan Super Junior, ELF Bandung akan rela meluangkan waktunya.

Penulis pun menyadari adanya perubahan yang terjadi dalam diri orang-orang yang sebelumnya menggemari Super Junior hingga benar-benar mengidolakan *boyband* tersebut, yaitu berupa identitas diri yang ingin lebih ditunjukkan kepada orang lain serta gaya hidup yang lebih loyal. Seperti yang diyakini oleh informan Rini yang mengatakan bahwa adanya perbedaan saat dulu ia belum menyukai Super Junior dengan mengatakan, “Pertama kali itu tau BEAST. Lalu Suju dikenalkan oleh temenku, Irwan, sampai pada akhirnya aku jadi suka sama Suju,” tuturnya bangga.

Kemudian pada akhirnya Rini benar-benar menyukai Super Junior dan kini ia menjadi salah satu pengurus komunitas ELF Bandung. Dengan sangat antusias, Rini mengatakan bahwa adanya

perbedaan antara sebelum ia menyukai Super Junior dan setelah ia menjadi ELF.

Beda banget pokoknya. Dari Lady Gaga, Pussycat Dolls yang dulu emang ga terlalu *update* karena ga ada temen dan komunitasnya juga kali ya, pokoknya berdua aja sama Irwan. Nah pas udah Korea mah, banyak temennya, ada komunitasnya jadi bener-bener masuk yang... udah aja kayak masuk ke *leuweung* mah *leuweung* aja. Masuk jurang ya masuk aja, jatuh banget pokoknya. ... Ya pokoknya masuk aja kayak udah ga bisa keluar lagi. Pokoknya temen-temen kalo nanyain, 'Neng, masih jadi ELF sejati', pasti jawabnya 'Masih'. (wawancara 8 April 2013)

Dapat disimpulkan, bahwa adanya perubahan yang terjadi pada diri ELF terutama informan setelah menjadi seorang ELF, baik dalam gaya hidup maupun identitas diri. Berikut di bawah ini adalah kata-kata mutiara tentang perubahan mengatakan bahwa:

Ketika Anda mengubah pemikiran Anda, Anda mengubah keyakinan diri Anda. Ketika Anda mengubah keyakinan Anda, Anda mengubah harapan Anda. Ketika Anda mengubah harapan Anda, Anda mengubah sikap Anda. Ketika Anda mengubah sikap Anda, Anda mengubah perilaku Anda. Ketika Anda mengubah perilaku Anda, Anda mengubah kinerja Anda. Ketika Anda mengubah kinerja Anda, Anda mengubah nasib Anda. Ketika Anda mengubah nasib Anda, Anda mengubah hidup Anda (btcamp.wordpress.com/renald-kasalijangan-takut-melakukan-perubahan/ tanggal 15 Mei 2013 pukul 19.15 WIB).

Beranjak dari konteks penelitian tersebut, maka penting untuk dibahas sebagai bahan bagi penulisan skripsi dengan mengambil judul: **“Perubahan Identitas Diri dan Gaya Hidup di Kalangan Komunitas ELF Bandung (Studi Fenomenologi Mengenai**

Perubahan Identitas Diri dan Gaya Hidup di Kalangan Komunitas Penggemar *Boyband Super Junior* (ELF Bandung)”.

1.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi yang memaknai perubahan identitas diri dan gaya hidup di dalam anggota komunitas ELF Bandung. Anggota dalam penelitian ini termasuk empat dari enam pengurus serta dua anggota aktif menurut pengurus komunitas ELF Bandung.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat dikemukakan perumusan masalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana proses perubahan identitas diri dan gaya hidup dari anggota komunitas ELF Bandung sebelum hingga setelah menjadi seorang ELF?
- 2) Faktor apa saja, baik dari dalam diri (internal) maupun lingkungan (eksternal), yang mendorong adanya perubahan identitas diri dan gaya hidup anggota komunitas ELF Bandung?
- 3) Bagaimanakah komunitas memengaruhi anggota komunitas ELF Bandung dalam mengubah identitas diri dan gaya hidup melalui proses interaksi sosial di dalamnya?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk menjelaskan proses perubahan identitas diri dari anggota komunitas ELF Bandung sebelum hingga setelah menjadi seorang ELF.

- 2) Untuk menjelaskan faktor internal maupun eksternal yang mendorong adanya perubahan identitas diri dan gaya hidup terhadap anggota komunitas ELF Bandung.
- 3) Untuk menjelaskan adanya pengaruh dari komunitas ELF Bandung dalam perubahan identitas diri dan gaya hidup melalui proses interaksi sosial bagi anggota komunitas ELF Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan dan manfaat bagi kegunaan pendekatan dan teori yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain pendekatan fenomenologi, teori interaksionisme simbolik, dan teori yang berkaitan dengan identitas diri serta gaya hidup sehingga dalam bidang ilmu komunikasi pendekatan dan teori yang berkaitan dengan penelitian ini dapat dilihat kegunaannya. Bagi penelitian-penelitian yang relevan selanjutnya dapat dijadikan studi perbandingan dan dapat mengaplikasikan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian mengenai fenomenologi.

1.4.2 Aspek Praktis

Penelitian ini dapat dijadikan tambahan informasi dan indikator anggota ELF Bandung dalam mengetahui perubahan identitas diri mereka mulai dari sebelum hingga setelah menjadikan diri mereka sebagai ELF dan untuk menjelaskan perubahan mengenai gaya hidup yang mereka lakukan setiap hari setelah menjadi seorang ELF.

1.5 Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian berfungsi agar penulis sudah memiliki gambaran apa-apa saja yang perlu dilakukan untuk memulai penelitian ini hingga penyusunan laporan akhir. Adapun tahapan-tahapannya sebagai berikut:

- 1) Tahap Pra Penelitian
 - a) Mengangkat fenomena yang sedang terjadi
Saat ini, salah satu fenomena yang sedang marak di Indonesia yaitu *Korean wave*. Penulis berfokus pada komunitas ELF dimana ELF adalah nama *fans club* Super Junior yang merupakan bagian dari fenomena ini.
 - b) Memilih lokasi penelitian
Komunitas ELF Bandung adalah objek yang akan penulis lakukan selama penelitian berlangsung.
 - c) Mengurus perizinan penelitian
Agar mempermudah dalam penelitian, penulis meminta izin terlebih dahulu kepada ketua komunitas ELF Bandung yaitu Mirna Nurul Aini.
 - d) Mengajukan tema penelitian kepada dosen pembimbing.
 - e) Menyusun rancangan penelitian sesuai dengan PEDAK Ilmu Komunikasi IM Telkom.
 - f) Menentukan informan.
Informan ditentukan berdasarkan teknik *purposive sampling* yang akan dijelaskan di bab tiga.
 - g) Menyiapkan perlengkapan penelitian.
Berbagai perlengkapan sebelum terjun langsung ke lapangan, penulis menyiapkan alat tulis untuk mencatat

data, alat perekam, kamera foto, jadwal yang mencakup waktu, dan berbagai pertanyaan wawancara.

2) Tahap Penelitian

a) Penampilan peneliti

Penulis akan menyesuaikan penampilannya dengan situasi latar penelitian, salah satunya cara berpakaian.

b) Pengenalan hubungan penulis di lapangan

Penulis akan membina hubungan akrab dengan subjek penelitian serta situasi yang mendukungnya.

c) Jumlah waktu penelitian

Pembagian waktu pada saat penelitian akan digunakan seefektif dan seefisien 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.

b) Reduksi/ fokus data

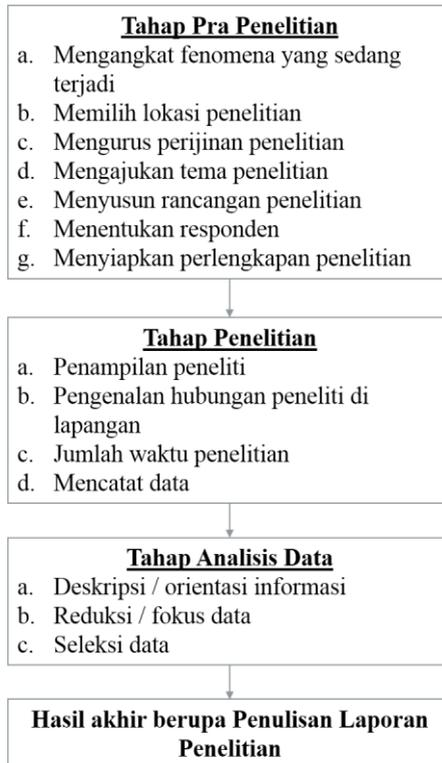
Mengumpulkan data sesuai dengan fokusnya agar memudahkan penulis untuk melakukan ke tahap selanjutnya.

c) Seleksi data

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

4) Hasil akhir berupa penulisan laporan penelitian

Gambar 1.5
Tahapan Penelitian



Sumber: Moleong (2012: 127-145) dan Peneliti

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Sebelumnya penulis sudah melakukan pra-penelitian karena penulis merupakan salah satu anggota aktif ELF Bandung. Namun dikarenakan penulis harus lebih fokus ke dalam dunia perkuliahan, maka penulis secara perlahan tidak banyak turut serta dalam komunitas ini. Walaupun begitu, penulis tetap diingat oleh para pengurus ELF Bandung sehingga penulis sangat disambut hangat saat memberitahu bahwa penulis akan melakukan penelitian dengan objek penelitian ini. Sehingga dapat disimpulkan bahwa waktu dan periode penelitian penelitian tidak tentu pada awalnya, tetapi penelitian ini akan berakhir pada akhir Juni 2013 dikarenakan keterbatasan waktu.