

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman yang dihadapkan dalam era modernisasi, menjadikan budaya dan gaya hidup masyarakat semakin berhadapan dengan sesuatu hal yang kompleks. Baik dalam hal berpakaian, berbahasa, mengkonsumsi sesuatu sampai dengan cara pergaulannya. Hal ini menandakan bahwa difusi dan akulturasi budaya sekarang ini semakin berkembang. Budaya-budaya yang dominan, diterima, didengar dan diikuti secara luas dalam realitas masyarakat disebut budaya populer (Strinati dalam Hidayat, 2017:111). Teknologi informasi juga menjadi peran media untuk munculnya budaya-budaya yang diminati masyarakat diseluruh dunia. Budaya ini merupakan praktik kehidupan masyarakat sehari-hari. Merebahnya budaya populer ditandai dengan proses Amerikanisasi dan seolah menjadi kiblat dalam era kehidupan baru. Melalui Musik Televisi (MTV), *McDonald*, *Hollywood*, dan industri animasi (*Disneyland*, *Looney Toonies*), dan berkembang ke negara-negara yang menjadi pusat budaya populer seperti Jepang, Korea Selatan, Hongkong, dan Taiwan.

Salah satu budaya yang sampai saat ini telah menyebar ke seluruh dunia adalah budaya Korea. Fenomena *Korean Populer* sudah lama berkembang sejak akhir tahun 1990, setelah album musik H.O.T dirilis di China. Korea Selatan membuat istilah dengan kata “*Hallyu*” atau “*Korean Wave*” untuk penyebaran budaya Korea dan mendukung penuh agar dapat bersaing dengan budaya Barat. Melalui produk-produk seperti film, musik, drama Korea, bahkan dalam hal bahasa dan makanan telah disebarluaskan ke dunia, (Lushka, 2018:V). Musik-musik Korea telah menjadi kesenangan generasi muda saat munculnya *Girlband* dan *Boyband* Korea yang sengaja diciptakan untuk menunjang keberhasilan industri musik di Korea hingga sekarang. Kemunculan *Boyband Super Junior*, *Rain*, *B2ST*, *BIGBANG*, *Girls Generation*, dan lain-lain menjadi awal merebahi luasnya musik Korea. Dengan perkembangan tahun ke tahun, banyak muncul *boyband* dan *girlband* lain dengan nama dan karakter yang berbeda. Salah satunya adalah *boyband* dengan nama “BTS”.

BTS adalah kepanjangan dari “*Bangtan Sonyeondan*”. BTS menjadi sorotan banyak generasi muda karena karakter musik yang berbeda. Dengan *genre* Hip hop, *boyband* BTS beranggotakan tujuh orang laki-laki muda. Munculnya BTS menimbulkan banyak respon positif dari generasi muda dan berhasil menariknya untuk menjadi penggemar.

Penggemar seperti halnya sebuah individu yang telah melakukan makna atas segala produk budaya yaitu pemaknaan tersebut adalah sebuah tindakan bebas yang melibatkan intelektual dan emosinya. Dengan mengintegrasikan isi media kembali dalam kehidupan sehari-hari mereka keterlibatan yang intens dengan makna dan materinya, para penggemar bisa mengonsumsi fiksi dan bisa menjadikannya sebagai sumber daya yang aktif (Jenkins dalam Rosyidah, 2015:7). Setiap *boyband* atau *girlband* yang telah menyebar diseluruh dunia tentunya memiliki penggemar atau seseorang yang mengidolakan. Seperti halnya *boyband* BTS yang merilis nama *fandom* mereka pada tanggal 09 Juli 2013 (Lushka, 2018:21).

Big Hit Entertainment memberikan nama *fandom* dari BTS dengan sebutan *Army*. *Army* merupakan kepanjangan dari satu kalimat yang dipandang sangat bermakna, yaitu “*Adorable Representative MC For Youth*”. *Fandom Army* menyebar diseluruh dunia dan di setiap kota kecil memiliki nama masing-masing. *Cypher Army* Malang adalah sebutan dari *fandom Army* yang berada di kota Malang, Jawa Timur. *Fandom* ini beranggotakan sekitar seratus lima puluh orang yang bergabung dan terdiri dari sekumpulan penggemar BTS baik dari kalangan mahasiswa, pelajar SMP maupun SMA. *Cypher Army* Malang memiliki beberapa konsep kegiatan yang berhubungan dengan BTS (Wawancara dengan Pengurus *Fandom*, 02 Juni 2018).

Di tengah perkembangan masyarakat seperti sekarang ini juga ditandai dengan perkembangan gaya hidup. Gaya hidup diekspresikan melalui apa yang dikenakan seseorang, apa yang dikonsumsi, dan bagaimana ia bersikap dan berperilaku ketika berada dihadapan orang lain. Sifat umum dari gaya hidup antara lain : (1) gaya hidup sebagai sebuah pola, yaitu sesuatu yang dilakukan atau tampil secara berulang-ulang; (2) yang mempunyai massa atau pengikut sehingga tidak ada gaya hidup yang sifatnya personal; (3) mempunyai daur hidup (*life cycle*), artinya ada masa kelahiran,

tumbuh, puncak, surut dan mati. Gaya hidup dibentuk, diubah, dikembangkan sebagai hasil dari interaksi antara disposisi habitus dengan batas serta berbagai kemungkinan realitas. (Piliang dalam Bagong, 2013:138). Cara berpakaian, cara kerja, pola konsumsi, bagaimana individu mengisi kesehariannya adalah unsur-unsur yang membentuk gaya hidup.

Mengidolakan seseorang tidak bisa dilihat hanya sekedar menyukai, dampak yang signifikan juga terjadi karena pesatnya perkembangan industri hiburan Korea. Salah satunya adalah perilaku konsumtif. Melalui media inilah tayangan-tayangan seputar *boyband* BTS, iklan-iklan yang disponsori *boyband* BTS menjadi pusat perhatian penggemar (*Army*) dan mendorong untuk berperilaku konsumtif dalam keseharian mereka. Banyaknya tayangan-tayangan dalam media menjadi kiblat penggemar *Boyband* BTS. Semakin banyak tayangan dalam media, maka semakin memudahkan mereka untuk mengakses segala hal mengenai idolanya. Karena dalam setiap tayangan memiliki makna yang tersirat didalamnya, baik dalam perilaku, dandanan, dan gaya hidup. Segala bentuk gaya hidup akan lebih mudah dilihat oleh individu yang mengidolakan individu lainnya, misalnya saja dalam hal *fashion*. *Fashion* dapat diartikan sebagai sesuatu seperti bentuk dan jenis atau buatan, seperti devinisi sebagai tata cara atau cara bertindak. *Fashion* kerap digunakan sebagai sinonim dari istilah ‘dandanan’, ‘gaya’ dan ‘busana’ (Polhemus dan Procter dalam Barnard, 2011:13).

Banyak dijumpai bahwa penggemar budaya populer Korea memiliki sesuatu yang unik dan berbeda dari sebagian orang yang tidak menyukai budaya Korea. Perbedaan-perbedaan yang tampak adalah sesuatu hal yang sering menjadi perbincangan oleh masyarakat pada umumnya. Pandangan mengenai artis yang diidolakan kerap menjadi patokan seorang penggemar dalam kehidupan sehari-harinya. *Style* berpakaian, gaya rambut sampai penggunaan *make-up* oleh artis yang diidolakan menjadi bagian dari hal menarik bagi penggemar untuk ditirukan. Meski tidak semua penggemar budaya populer Korea memiliki perilaku demikian tetapi ada beberapa diantara mereka yang menarik untuk diteliti karena totalitas untuk menyamakan penampilan bahkan mengubah konsep diri mereka. Bentuk dandanan

perempuan pada umumnya adalah dandanan yang memiliki ciri keanggunan dan keramahan sebagaimana kodrat perempuan. Namun konsep ini berbeda dari penggemar *boyband* BTS khususnya perempuan. Berdasarkan pengamatan awal yang peneliti lakukan dalam Komunitas *Cypher Army* Malang, beberapa orang yang bergabung dalam Komunitas tersebut memiliki totalitas penuh untuk menirukan *fashion* dari artis idola yang disukainya. Untuk menyamakan diri dengan idolanya, mereka merubah kebiasaan dalam berpenampilan seperti sebelumnya. Konsep dandanan perempuan yang anggun telah dirubah menjadi dandanan laki-laki seperti sebagaimana penampilan idolanya. Totalitas imitasi oleh seorang penggemar terhadap idola seperti inilah yang menjadi perhatian peneliti untuk mempelajari lebih dalam. Sehingga peneliti mengangkat judul tentang “Imitasi *Fashion K-Pop*” Studi Fenomenologi Terhadap *Fashion* Penggemar *Boyband* BTS Perempuan dalam Komunitas *Cypher Army* Malang.

1.2 Rumusan Masalah

Dari data diatas maka dapat ditarik rumusan masalah :

Bagaimana proses imitasi *fashion* yang dilakukan oleh penggemar *Boyband* BTS perempuan dalam Komunitas *Cypher Army* Malang ?

1.3 Tujuan

Adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

Untuk mendeskripsikan proses-proses imitasi yang dilakukan oleh penggemar *Boyband* BTS perempuan dalam Komunitas *Cypher Army* Malang serta mengetahui alasan dibalik perilaku imitasi artis idolanya.

1.4 Manfaat

Manfaat yang ingin dicapai oleh peneliti antara lain sebagai berikut :

1. Secara Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi terhadap perkembangan ilmu sosial yang berkembang dalam kajian budaya
 - b. Dapat digunakan sebagai acuan penelitian-penelitian yang serupa.

2. Secara Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan tentang gaya hidup menggemar *K-Pop* khususnya dalam hal *fashion*.
- b. Dapat dijadikan wawasan bahwa budaya *K-Pop* sangat mempengaruhi terhadap peminatnya.