

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Historis Kota Medan

Menurut Volker (1860) Medan masih merupakan hutan rimba dan masih terdapat banyak muara sungai yang diselingi dengan pemukiman-pemukiman penduduk yang berasal dari Karo dan Semenanjung Malaya.

Kota Medan dibuka pertama kali sebagai sebuah perkampungan oleh seorang Guru Patimpus Sembiring Pelawi, yang terletak di Tanah Deli (Medan-Deli), maka sejak zaman penjajahan orang selalu merangkaikan Medan dengan Deli. Setelah zaman kemerdekaan istilah Medan-Deli kemudian berubah menjadi Kurang Populer (Kota Medan Dalam Angka : 2021)

Pada awal perkembangannya merupakan kampung kecil yang bernama “Medan Putri”. Perkembangan kampung “Medan Putri” tidak terlepas dari posisinya yang strategis karena terletak di pertemuan Sungai Deli dan Sungai Babura, tidak jauh dari Jalan Putri Hijau Sekarang.

4.1.2 Letak Geografis

Kota Medan terletak antara $3^{\circ}27' - 3^{\circ}47'$ Lintang Utara dan $98^{\circ}35' - 98^{\circ}44'$ Bujur Timur dengan ketinggian 2,5 – 37,5 meter diatas permukaan laut. Kota Medan berbatasan dengan Kabupaten deli Serdang di sebelah Selatan, Barat dan timur. Sebagian besar wilayah Kota Medan merupakan

dataran rendah yang merupakan tempat pertemuan dua sungai penting yaitu Sungai Babura dan Sungai Deli. (Citra kota Medan Dalam Arsip 2021 : 4)

Kota Medan mempunyai iklim tropis dengan minimum suhu 21°C dan suhu maksimum yaitu 36°C menurut stasiun sampai sampai pada tahun 2020. Sedangkan kelembaban udara di Kota Medan rata-rata sebesar 82%, kecepatan angin rata-rata sebesar 1.16 m/sec, dan untuk total laju penguapan tiap bulannya mencapai 117,5 mm. curah hujan menurut stasiun sampai perbulannya 228,5 mm.

Penelitian dari Van Hissink tahun 1900 menyatakan bahwa secara umum jenis Tanah di Kota Medan adalah tanah liat, tanah pasir, tanah campuran, tanah hitam, tanah coklat dan tanah merah. Sedangkan menurut penelitian Vriens tahun 1910 bahwa disamping jenis tanah tersebut juga ada jenis tanah liat yang spesifik. Tanah liat ini pada masa penjajahan Belanda dijadikan batu bata yang berkualitas tinggi. Deli Klei adalah salah satu pabrik batu bata di wilayah ini yang memproduksi batu bata berkualitas. Wilayah ini kemudian diberi nama Bakaran Batu yang saat ini namanya Medan Tenggara atau Menteng.

4.1.3 Penduduk Kota Medan

Pada tahun 2020, penduduk Kota Medan mencapai 2.435.252 jiwa. Dibandingkan dengan jumlah penduduk pada tahun 2019, terjadi pertambahan penduduk dengan jumlah sebesar 155.358 jiwa (6,81 %). Dengan luas wilayah mencapai 256,10 km².

No	Nama Kecamatan	Luas Wilayah Km ²	Kepadatan penduduk per km ² (2020)
1	Medan Tuntungan	20.68	4 702.56
2	Medan Johor	14.58	10 408.50
3	Medan Amplas	11.19	11.593.03
4	Medan Denai	9.05	18 745.08
5	Medan Area	5.52	21 200.91
6	Medan Kota	5.27	16 065.65
7	Medan Maimun	2.98	16 520.47
8	Medan Polonia	9.01	6 649.83
9	Medan Baru	5.84	6 253.77
10	Medan Selayang	12.21	8 053.77
11	Medan Sunggal	15.44	8 054.33
12	Medan Helvetia	13.16	12 531.16
13	Medan Petisah	6.82	10 534.31
14	Medan Barat	5.33	16 632.26
15	Medan Timur	7.76	15 075.39

16	Medan Perjuangan	4.09	25 382.15
17	Medan Tembung	7.99	18 339.67
18	Medan Deli	20.84	9 084.50
19	Medan Labuhan	36.67	3 647.80
20	Medan Marelan	23.82	7 662.26
21	Medan Belawan	26.25	4 151.89
	jumlah	256.10	9 186.16

Table 1. Persebaran Penduduk

4.2 Sejarah K-Pop

K-Pop (dalam Bahasa Korea 가요, Gayo) singkatan dari *Korean Pop* atau *Korean Popular Music* adalah sebuah genre musik terdiri dari pop, *dance*, *electro pop*, hip hop, rock, R&B dan *electronic music* yang berasal dari Korea.

Perkembangan K-Pop diawali pada tahun 2002, yang dimana pada tahun itu Sepak Bola berhasil melambungkan nama korea melalui Piala Dunia. Masuknya K-Drama yang beriringan masuknya K-Pop ke ini kehidupan di Indonesia. (Nugroho ; 2012)

Banyak stasiun Televisi Indonesia yang menayangkan Drama Korea seperti Trans TV yang menayangkan drama *Glass Shoes dan Lover*. Pada tahun 2003 Trans7 menayangkan *Beautiful Days*, Stasiun Televisi SCTV menayangkan

Invitation, Popcorn, Four Sisters, Successful Bridge Girl, Sunlight upon Me dan *Winter Sonata*. Berdasarkan survey AC Nielsen Indonesia, rating Drama Korea yang ditayangkan oleh Indosiar *Endless Love* mencapai 10 (sekitar 2,8 juta pemirsa di lima kota besar).

Kehadiran internet menjadi jalan dari perkembangan K-Pop. Pengamat musik yang bernama Bens Leo seperti dikutip dalam portal komunitas dan berita online tnol.co.id mengatakan musik kpop telah masuk ke Indonesia sekitar tahun 2009 berhasil populer di Indonesia.

Sekitar tahun 2011, industri K-Pop terasa di Indonesia, yang terbukti dari berkembangnya beberapa *Girl/Boy* di Indonesia sebut saja Girls Generation dengan lagunya “Gee”, ada Super Junior dan lainnya. Tahun 2012 diikuti dengan boomingnya lagu PSY yang berjudul “Gangnam Style” yang menjadi tanda dimulainya Demam K-Pop di Indonesia. Perkembangan ini kemudian merambat ke Industri musik Indonesia yang terbukti dengan terbentuknya Grup yang juga bergayakan K-Pop seperti, Smash, CherryBelle dan lain sebagainya.

Indonesia yang saat ini merupakan negara dengan jumlah penduduk terbesar keempat di dunia merupakan rumah bagi jutaan K-popers atau pecinta K-pop. Pada tahun 2019, Twitter mengumumkan daftar negara yang paling banyak *tweet* terkait artis K-Pop sepanjang tahun 2019 dan Indonesia berada pada peringkat 3 setelah Thailand dan Korea Selatan. Sedangkan untuk penayangan video-video K-pop di Youtube berdasarkan negara, Indonesia menempati posisi ke-2 dengan persentase 9.9% (Won So, 2020).

4.2 Latar Belakang Kegemaran Terhadap K-Pop

4.2.1. Musik

Jika berbicara mengenai K-Pop maka tidak dapat dipisahkan dari aliran musik. Musik pop Korea memberikan daya tarik yang disukai dan disenangi.

Terdapat 4 genre musik dalam kpop yaitu :

4.2.1.1 Bubblegum POP

Merupakan genre musik klasik. Genre ini merupakan genre dengan nuansa *colourful*.

4.2.1.2 Electronic

Merupakan genre yang diproduksi dengan serius yang dimana menyuguhkan musik yang elegan dan *swag*.

4.2.1.3 Drumline

Merupakan genre musik yang lebih fokus kepada penggunaan jenis drum, dan alat perkusi lainnya, yang jika dibandingkan akan kurang lebih sama dengan *marching band* Indonesia.

4.2.1.4 Pop Ballad

Musik jenis ini dibawakan dengan lembut dan umumnya berkaitan dengan tema perasaan.

4.2.2 Visual

Pengertian Visual dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah dapat dilihat dengan indera penglihatan (mata) ; berdasarkan penglihatan. Dalam dunia K-Pop visual diibaratkan sebuah posisi untuk seorang yang mempunyai rupa yang bagus. Biasanya posisi ini diisi oleh wanita atau pria yang mengandalkan kerupawanan dalam kehidupan kelompoknya. Mereka juga menarik para penggemar melalui wajah dan bentuk visual. Visual yang rupawan menjadi alasan dalam menyukai k-pop. Tidak ada cela dan tampil selalu sempurna menjadikan *Idol* menjadi daya pikat terhadap *fans*. Korea Selatan merupakan negara yang lumrah dengan Operasi Plastik. Untuk meningkatkan kepercayaan diri, tak hanya para artis namun juga masyarakat melakukan operasi plastik seperti pengurangan rahang, membuat kelopak mata, penghilangan keriput, pemangkasan tulang pipi, pemuncungan hidung dan menipiskan bibir.

Pendapat yang sama juga dikemukakan oleh salah satu informan yaitu Dinda Sembiring pada tanggal, 14 April 2022 :

“Saya menyukai K-Pop karena menampilkan visual yang menarik , musik, wajah yang tampan dan menawan, gerakan dance yang sangat wow, lirik lagu serta melodi melodi nan indah”

Dari keterangan beberapa informan juga mengatakan bahwa visual menjadi hal yang menarik bagi kebanyakan penggemar. Menurut International Society Of Aesthetic Plastic Surgery (ISAPS), Korea Selatan menjadi pasar terbesar di dunia untuk Prosedur Bedah Kosmetik atau kecantikan. Hal inilah yang menjadikan Masyarakat ataupun K-Popers yang

ada di Medan bahkan dunia menyukai K-Pop melalui Visual Artisnya. Idol Korea pun acap kali menjadi referensi dalam melakukan operasi plastic.

Mengutip dari sebuah Vote : *Most Handsome Man In The World* 2022 (*Global Poll*) yang dilakukan oleh *Global Nubia Awards & Certifications* pada 28 Maret 2022, Idol Korea menduduki posisi 20 teratas, yaitu Kim Taehyung (BTS) menempati posisi pertama, Kim Seok Jin (BTS) menempati posisi ke-12, dan Cha Eunwoo (Astro) menempati posisi ke-16. Sedangkan untuk Daftar 100 Wanita Tercantik dunia versi TC Candler (*The Most Beautiful Faces 2021*), Idol Korea masuk dalam 20 besar diantaranya Lisa (Blackpink) menempati urutan pertama, Tzuyu (Twice) menempati urutan ke-7, Seulgi (Red Velvet) menempati posisi ke-13, Rose (Blackpink) menempati posisi ke-17 dan Yooa (Oh My Girl) menempati posisi ke-20.

Banyak yang beranggapan bahwa wajah bintang Korea baik itu laki-laki maupun perempuan terlihat profesional. Bagi kelompok perempuan menganggap artis perempuan Korea sangat cantik dan memiliki tubuh mungil serta kaki yang jenjang seperti boneka dan terbentuknya bahwa cantik seperti artis Korea tersebut mempunyai kulit putih dan tubuh mungil. Kemudian untuk artis pria, berbadan besar, jago *dance*, berwajah imut. Seperti pernyataan salah seorang responden, ia menyukai pria berwajah artis Korea, menurutnya tampan sekali dan ingin sekali memiliki pacar seperti mereka atau bahkan orang Korea langsung.

4.2.3 Dance

Dance K-Pop merupakan tarian gabungan dari gerakan Hip-hop, disco hingga salsa. Tarian ini kemudian dikemas dengan alunan musik dari *boyband* atau *girlband* Korea Selatan. Dance merupakan ciri khas dalam K-Pop yang membedakan dari industri lainnya.

Pendapat yang sama juga dikemukakan oleh informan yaitu Utami Sri Mentari pada 20 April 2022 :

“Dance di k-Pop itu gerakannya menarik, didukung dengan kostum dan juga lagu yang asik. Jadi untuk cover dance K-Pop itu bukan hanya gerakan tapi juga kostum dan juga lagunya, banyak yang harus dipikirkan mengenai konsep dari dance K-Pop ”

Kostum dalam melakukan dance juga beragam dengan berbagai macam konsep yang ada. Seperti menggunakan *high heels* dan pernak pernik lainnya.

Pendapat yang sama juga dikemukakan oleh informan bernama Leo Farez pada 20 Mei 2022 :

“Dance menjadi pelarian kepenatan fikiran, wadah buat nimpahin emosi. Karena dengan dance itu bisa ngungkapin perasaan dan numpahin emosional melalui Koreografi”

Gerakan yang energic bahkan sampai sayu yang menyesuaikan lagu disuguhkan oleh para idol dalam pertunjukan. Banyak gerakan yang mudah diikuti bahkan sampai pada taraf yang sulit dan menarik perhatian. Ditambah Idol melakukan pertunjukan bernyanyi dan menari yang sulit untuk diikuti sehingga dibutuhkan latihan yang intens.

4.2.4 Drama

Drama Korea sangat populer di seluruh dunia, dengan cerita segar dan cerita yang beragam menjadikan drama korea menjadi daya tarik K-Pop. Berdasarkan survey AGB Nielsen Indonesia di Kompas Online 14 Juli 2003, drama endless love yang ditayangkan di televisi Indonesia pada tahun 2002 berhasil mendapatkan rating 10. Perolehan ini menjadi bukti bahwa Drama Korea mendapatkan perhatian yang cukup di Indonesia. Bahkan sampai sekarang perkembangan dari Drama Korea senantiasa berkembang dengan membawakan tema yang lebih beragam dan menarik.

Pendapat yang sama juga dikemukakan oleh informan Bernama Maria Simamora pada 14 April 2022 :

“Drama Korea memberikan ketertarikan karena menyuguhkan banyak cerita yang dapat dinikmati mulai dari cerita yang ringan bernuansa romansa bahkan sampai cerita dengan konflik yang berat. Dengan menonton drama saya dapat belajar banyak dan juga dapat menghibur saya dari penatnya keseharian”

Peningkatan ekspor drama Korea secara drastic dimulai dari tahun 2012 yang mencapai angka 340 juta dolar. Industri Korea kian berkembang sebagai contoh Film Parasite (2019) memborong 4 piala Oscar pada tahun 2020. Drama Korea menjadi program dengan peminat tertinggi dan diikuti dengan reality show, musik dan program lainnya. Mayoritas drama yang ditayangkan berbasis pada historis dan romanisme sehingga cocok untuk dikonsumsi penonton dari berbagai lapisan.

4.2.5 Kerja Keras

Semangat yang tinggi dari para Idol K-Pop dapat dilihat dari bagaimana mereka gigih dalam melakukan masa *trainee* atau latihan. Tidak menyerah dan tetap berusaha kerap kali ditampilkan dalam berbagai acara TV.

Pendapat yang sama juga dikemukakan oleh Informan bernama Maria Simamora pada 14 April 2022 :

“Para Idol yang melakukan Trainee memakan waktu yang beragam dan juga kobaran semangat yang beragam. Banyak idol yang melakukan trainee sampai bertahun-tahun. Mereka melakukan debut tidak dengan cara yang mudah. Bahkan setelah debut mereka tetap melakukan latihan berjam-jam bahkan hanya istirahat selama satu jam sehari menjelang comeback. Kerja Keras yang mereka tunjukkan menjadi motivasi saya untuk tetap semangat dan mencoba yang terbaik dalam hidup saya”

Hal inilah yang mereka suguhkan dan menarik banyak penggemar karena melihat bagaimana semangat seorang Idol dalam menggapai mimpinya untuk bernyanyi dan menari di atas panggung.

4.2.6 Attitude dan budaya Korea

Attitude merupakan hal yang penting bagi seorang idol. Bagaimana mereka bersikap dan berperilaku kerap menjadi sorotan. *Attitude* yang baik menjadi aspek yang penting dalam K-Pop. Siap yang baik dan perilaku yang menyenangkan kian lembut acap kali menarik banyak penggemar.

4.2.7 Fashion Style

Gaya berpakaian digunakan untuk menunjukkan atau untuk mendefinisikan peran sosial yang dimiliki oleh seseorang. *Fashion* sebagai suatu tanda bagi orang tertentu yang menjalankan suatu peran tertentu pula sehingga diharapkan berperilaku dalam cara tertentu.

K-Pop memperkenalkan berbagai macam gaya berpakaian atau *Fashion Style* yang akan di update di berbagai jaringan sosial seperti Twitter, Facebook, dan Instagram. Berbagai macam bentuk fashion akan di update pada saat idol melakukan *comeback*, aksesoris yang dikenakan idol tersebut, melihat fashion idol yang mereka kenakan di Bandara atau dikenal dengan “*Idol Fashion Airport*” dan perkembangan lainnya berupa gaya rambut dan juga pakaian. Penampilan artis Korea menjadi suatu trend khususnya pada cara berpakaian yang modis dan stylish. Hal tersebut menjadi salah satu bentuk perhatian dari para fans akan berpenampilan artis Korea tersebut dari segi busana dan tatanan rambut. Seperti kalangan hawa semakin banyak mengenakan hot pants dan menggunakan stylish rambut bunny yang sangat Korea.

4.3. Sejarah Komunitas K-Popers di Kota Medan

Komunitas K-Popers pertama kali muncul di Medan secara resmi pada tahun 2010 yang bernama Korean Culture Community. Latar belakang tumbuhnya komunitas K-Popers di Medan karena pengaruh K-Popers sudah mendunia dan sampai ke Medan, namun sayangnya belum ada wadah untuk melaksanakan

kegiatan Fandom seperti Daerah Jawa yang sudah lebih dulu mendapat pengaruh dari perkembangan Komunitas.

Komunitas K-Pop pertama Di Indonesia terdapat di Bandung yang berdiri sejak 10 September 2006, yang merupakan perkumpulan orang-orang yang mencintai Korea. Hal ini dibuktikan dari hasil wawancara dengan Nisa pada 19 Mei 2022 :

“Awal terbentuknya komunitas ini pada tahun 2010, berawal dari keinginan memiliki komunitas yang bisa mengadakan kegiatan Korea untuk seluruh orang yang ada di Kota Medan seperti yang ada di Pulau Jawa”

Pertumbuhan komunitas K-Popers di Medan kian bertambah dikarenakan bertambahnya Grup K-Pop yang melakukan debut dan perkembangan Media Komunikasi yang semakin cepat. Pendapat informan ini juga sejalan dengan apa yang dikatakan Putri pada 2022 :

“Terbentuknya NCTzen, berawal dari debutnya NCT. Mengingat semakin bertambahnya fans NCT khususnya yang berdomisili Medan. SM Town Medan membuat wadah untuk fans NCT untuk saling kenal satu dengan yang lain”

Berdasarkan keterangan Informan diatas dapat dianalisis bahwa latar belakang terbentuknya komunitas dikarenakan keinginan untuk menyediakan wadah bagi para penggemar K-Popers yang kian bertambah khususnya di Medan.

Hasil Wawancara dengan Navian pada 4 Juni 2022 :

“Awalnya We Crew beranggotakan 4 orang yang hobi dance kan, nah kami berempat membentuk kelompok untuk sekedar menyalurkan hobi. Kami berlatih tanpa ada coach alias belajar sendiri. Namun seiring dengan waktu anggotanya bertambah dan 4 orang itu berlipat ganda dalam unit-unit yang berbeda. Saya background dance jadi saya memang suka dance dan itu memang rutinitas saya. Namun teman-teman yang lain juga beragam. Ada yang sekolah, kuliah kerja. Dan kami juga mengikuti banyak perlombaan dance, kami berlatih sungguh-sungguh dan mempersiapkan diri dengan baik untuk mengikuti perlombaan dance. Kami

berusaha mempersiapkan kostum, make up dan segala macamnya untuk kompetisi-kompetisi yang ada di Medan”

Hasil wawancara dengan Utami Sri Mentari pada 20 April 2022 :

“Pada awalnya We Nd & Dream terbentuk oleh keinginan founder untuk menyediakan wadah bagi para Dancer dan juga singer untuk unjuk kemampuan. Kami tuh belajar tanpa pelatih jadi kami belajar masing-masing dulu di rumah, hafal koreo nah pas latihan kami saling koreksi deh. Di tahun 2010 dancer yang ada di Medan selalu dipandang sebelah mata. Kalau kami melakukan perform banyak sekali komentar yang dilontarkan oleh masyarakat. Kata-kata yang sering mereka komentarin seperti kami yang memakai busana yang layaknya idol pakai. Ya kami melakukan itu kan demi totalitas kami dalam mendalami peran. Kalau kami tidak mendalami peran ya, gerakan yang kami lakukan terkesan kaku dan tidak kesampaian. Kami harus berdandan, make up, warnain rambut, memakai pakaian yang memang stylenya Korea banget. Apalagi kalau kami melakukan perform di atas panggung kami harus merasa bahwa kami adalah idol yang sedang bernyanyi. Itu juga berpengaruh terhadap mimik dan ekspresi kami. Tapi kalau sudah turun panggung kami bakalan jadi orang biasa kok. Kami ingin merubah Dance Cover yang selalu di underestimate oleh masyarakat khususnya Medan”

Dari hasil wawancara diatas dapat dianalisis latar belakang terbentuknya Komunitas K-Popers adalah keinginan untuk mematahkan stigma masyarakat yang memandang sebelah mata dance K-Pop dan menganggap remeh. Padahal jika diperhatikan gerakan, kostum dan make up dilakukan secara totalitas untuk menampilkan penampilan yang maksimal. Untuk mempersiapkan itu semua anggota komunitas saling belajar mengoreksi bersama, dan mempersiapkan segala kebutuhan secara pribadi. Namun belakangan dance cover mulai menarik perhatian hal ini dapat dilihat dari kategori dance sering muncul dalam perlombaan.

4.4 Latar Belakang Bergabung dengan Komunitas K-Popers di Kota Medan

4.4.1 Berkumpul dengan sesama yang mempunyai visi dan misi yang sama dalam ranah K-Pop

K-Popers mempunyai label yang berbeda dengan masyarakat lainnya. Maka dari itu jika K-Popers tergabung dalam suatu kelompok maka anggota yang tergabung di dalamnya menjadi lebih memahami dan mengerti satu sama lain.

Pendapat ini juga dikemukakan oleh salah satu informan bernama Dinda Sembiring pada 14 April 2022 “

“Motivasi saya bergabung dalam kelompok K-Popers karena saya ingin bersama orang yang memiliki visi dan misi yang sama, dimana saya ingin hobi saya juga dapat dinilai baik dengan adanya prestasi dan memberikan rasa bangga terhadap diri sendiri”

Dari keterangan beberapa informan juga mengatakan bahwa bergabung dengan kelompok K-Popers dapat saling mengerti dan Para K-Popers bergabung dengan Komunitas dikarenakan keinginan untuk mendukung idol dengan kegiatan seperti, war tiket dan melakukan voting jika grub yang idolanya masuk dalam nominasi tertentu. Kegiatan untuk mendukung lainnya adalah dengan mengikuti konser dan ikut memeriahkannya.

Kegiatan kelompok memberikan hal yang positif bagi para anggotanya. Mereka berkumpul dan bersenang-senang. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara dengan Sifa pada 17 April 2022 yang mengatakan :

“Berkumpul dengan kelompok K-Popers Khususnya Army memberikan kesenangan karena kami disini saing berbagi, menghibur dan berkegiatan bersama. Kalau sudah berkumpul kami bakalan senang-senang bareng seakan lupa segala masalah di kehidupan nyata kami”

Para anggota kelompok juga mengemukakan alasan bahwa mereka merasakan kekeluargaan dalam kelompok K-Popers karena mereka saling mengerti satu dengan lainnya.

4.4.2 Memperoleh informasi mengenai *Event* K-Pop

Dalam kelompok K-Popers akan banyak terdapat informasi mengenai event K-Pop baik *Event* yang berasal dari kelompok tersebut dan yang lainnya. Para anggota kelompok juga mengemukakan dengan bergabung dalam kelompok K-Popers memudahkan anggota mengikuti event yang cocok untuk dia lakukan dan pas dengan jadwal yang ia jalani dalam kehidupan kesehariannya. Akses komunikasi dan informasi yang begitu pesat dimana perkembangan teknologi internet memudahkan seseorang dengan mudah dan cepat menerima sebagai informasi secara instan. Dengan adanya berbagai sosial media seperti twitter, youtube dan lainnya para penyuka music Korea semakin dekat dengan idolanya.

4.4.3 Menambah Relasi

Tentunya jika sudah tergabung dalam kelompok yang mempunyai tujuan visi dan misi yang sama maka hal itu menjadikan anggota kelompok tersebut menjadi akrab dan saling memahami.

Pendapat yang sama juga dikemukakan oleh Silfani pada 23 April 2022 :

“Dalam kelompok K-Popers banyak yang saya dapatkan. Seperti saya bertemu dengan teman saya yang pekerjaannya sama dengan saya. Karena kami mempunyai pekerjaan yang sama namun di lain provinsi saya bisa sharing mengenai pekerjaan bagaimana perkembangan di sana, apa yang terjadi dan lain sebagainya”

Dari keterangan beberapa informan juga mengatakan Ditambah keanggotaan K-Popers yang berasal dari berbagai kalangan menjadikan relasi kian berkembang diantara anggota komunitas K-Popers.

4.5 Perkembangan K-Popers di Kota Medan

4.5.1 Komunitas K-Popers di Kota Medan Tahun 2010

4.5.1.1 Korean Culture Community (KCC)

KCC Medan merupakan kepanjangan dari *Korean Culture Community*, yang berada di Medan. Bermula dari keinginan *Founder*, Jeje dan Afta yang ingin mengadakan kegiatan untuk para penggemar K-Pop yang ada di Medan seperti yang ada di Jawa, maka terbentuklah komunitas ini pada tahun 2010. KCC merupakan komunitas penggemar Korea Selatan baik dari Drama, lagu maupun kebudayaan. Sampai saat ini terdapat 800 member aktif yang tergabung dalam komunitas KCC Medan. Perekrutan member bersifat terbuka, jika ada kegiatan atau Event maka seluruh masyarakat bebas mengikutinya dengan syarat yang berlaku. KCC Medan pernah membantu *SM Entertainment* melakukan kegiatan

audisi di Medan sebanyak dua kali yaitu pada tahun 2018 dan 2019. SM Entertainment adalah SM Entertainment adalah singkatan dari Sop perusahaan hiburan multinasional Korea Selatan yang telah berdiri sejak tahun 1995



Gambar 4. 1 : Komunitas Korean Culture Medan mengadakan acara Korean Festival 2019 bertajuk Idol Concert pada tahun 2019 (Sumber : Dokumentasi Pribadi)

Dalam melaksanakan kegiatan KCC Medan bekerjasama dengan pihak kedua dan pihak lainnya yang ingin menjadi sponsor kegiatan KCC Medan. KCC Medan juga melakukan dukungan kerjasama dengan Kedutaan Korea yang ada di Medan untuk melakukan kegiatan untuk para penggemar Korea. Kendala yang kerap kali dialami adalah dalam melaksanakan *event*, yaitu kesulitan mencari *venue* dan merancang konsep kegiatan karena anggota yang banyak dibarengi dengan antusias yang besar dari penggemar K-Pop.



Gambar 4. 2 Member Card Keanggotaan Korean Culture Medan (Sumber : Dokumentasi Pribadi)

4.5.2 Komunitas K-Popers di Kota Medan Tahun 2016

4.5.2.1 We Nd& Dream

We Nd & Dream merupakan sebuah kelompok K-Popers yang dimana mereka melakukan berbagai kegiatan seperti *cover dance*, *cover sing* dan berbagai *event*. Kelompok ini terbentuk pada 28 Agustus 2016, dengan nama We Next Dream, oleh seorang *founder* yang bernama Adin Firmansyah. Terbentuknya kelompok ini dilatarbelakangi oleh keinginan sang *founder* untuk merubah pandangan masyarakat mengenai Kelompok K-popers. Pada awal tahun 2010, pandangan mengenai dancer terutama kpop selalu di *underestimate*. Bergerak dari sanalah kemudian terbentuklah kelompok *We Next Dream* yang kemudian berubah menjadi We And Dream. Anggota awal kelompok Weeknd & Dream ada sebanyak 6 orang yang berstatus sebagai anggota tetap. Angka ini kian bertambah sampai saat ini menjadi 14 orang anggota tetap dan anggota tambahan ditambah sesuai dengan kebutuhan *event*.

Anggota dancer dan singer direkrut melalui audisi, sedangkan untuk *crew* akan direkrut melalui tahapan wawancara. Persyaratan unik untuk tergabung dalam kelompok ini adalah tidak harus menyukai kpop namun jangan sampai membenci K-pop. Menurut Utami Sri Mentari, *Leader* ke-2 We Nd & Dream pada tahun 2020 masyarakat memandang sebelah mata dancer yang ada di Medan dan mendapatkan *underestimate*. Namun semenjak 2021 *dance cover* menjadi kompetisi yang banyak dimasukkan ke dalam kompetisi.



Gambar 4. 3 We Nd & Dream melaksanakan kegiatan K-Pop Group Dance Cover Competition pada tahun 2021 (sumber : Dokumentasi Pribadi)

Waktu juga menjadi hambatan dikarenakan kegiatan dari anggota yang beragam seperti ada yang bekerja dan bahkan masih mengenyam pendidikan. Latihan anggota berlatih mandiri tanpa pelatih. Beliau merasa lebih berambisi, mendapatkan prestasi, teman dan pengalaman yang banyak.

Kegiatan lain *perform Jobs, Manhattan time square*, membuat impoten kepada mereka (promosi). Prestasi banyak diperoleh dari kompetisi dance cover. Seperti Cfc Dance Cover

Little Akihabara, Mandiri Dance Cover Kompetisi dan Raynext, dan juga mendapatkan kejuaraan *Dance Competition*.

4.5.2.2 The Ningrat

The Ningrat merupakan kelompok yang menaungi Dance Cover. *Founder* dari kelompok ini adalah Aji yang membentuk kelompok ini pada 4 Desember 2016. Selain melakukan *Dance*, The Ningrat juga melakukan pertunjukan bernyanyi sambil menari. Anggota awal The Ningrat hanya berjumlah 4 orang kemudian bertambah menjadi 25 orang yang kemudian terbentuklah agensi yang menaungi The Ningrat yang bernama Fparea pada tahun yang sama di bulan Agustus. Kegiatan rutin yang dilakukan kelompok ini adalah berlatih dan aktif dalam perlombaan dan mengisi acara, selain itu kelompok ini juga aktif dalam melakukan *take MV (Music Video)*.

Kepengurusan berganti sekali yang dimana sebelumnya posisi manager di duduki oleh Marina Gabe namun kini digantikan oleh Devanda siregar. Menurut Devanda sekarang masyarakat sudah lebih tau K-Pop dibandingkan dalam rentang tahun 2015-2016. Sekarang jika musik kpop dilantunkan maka banyak orang yang akan ikut bernyanyi sekalipun dia bukanlah seorang K-Popers. Banyak hal yang didapatkan jika bergabung dalam grup kpop diantaranya relasi dan juga saluran hobi. Untuk dapat tergabung dalam The Ningrat, calon peserta akan mengikuti audisi dan

mengantongi izin orang tua dan *basic skill* dalam *dance*. Untuk langkah awal dapat menghubungi admin secara langsung melalui akun Instagram The Ningrat kemudian akan diarahkan untuk mengikuti seleksi dari pengurus dan Leader.

4.5.3 Komunitas K-Popers di Kota Medan Tahun 2017

4.5.3.1 We Crew

We Crew merupakan sebuah kelompok *dance cover* dan juga *sing cover*. Kelompok ini terbentuk pada 27 Maret 2017. Kelompok ini pada awalnya 4 orang yang menyukai K-Pop dan Dance yang pada awalnya untuk menyalurkan hobi. Pada awalnya anggota kelompok ini berjumlah 4 orang dan sekarang bertambah menjadi 60 Orang dan mencapai dengan 6 sub-unit/ grup yang dimana setiap unit mempunyai *leader* yang menjadi perwakilan unit. Kegiatan dalam grup ini adalah mengikuti berbagai perlombaan bernyanyi dan menari. We crew berlatih di Palladium di depan Lapangan Banteng Medan. We Crew banyak memperoleh prestasi dalam berbagai perlombaan yang ada di Kota Medan.



Gambar 4. 4 We Crew berhasil membawa dua piala dalam Kompetisi yang bertajuk From Zero To Hero KPOP Dance & Modeling Competition 2022 pada 3 Maret, yang berlokasi di Manhattan Times Square (Sumber : Dokumentasi pribadi)

Menurut penuturan narasumber yang bernama Navian pada

4 Juni 2022 :

“Aku mendapatkan banyak pengalaman dalam bergabung dengan komunitas K-Popers, aku juga jadi lebih banyak relasi dan kenalan khususnya di Medan. Di kelompok kami leader terkendala dalam mengatur member karena kan member kami yang ada di Medan jumlahnya tidak sama dengan jumlah member idol yang ada di Korea Selatan. Kendala lainnya ada di pengaturan waktu untuk latihan, kan kami terdiri dari berbagai kalangan ada yang kerja, ada yang kuliah dan ada yang masih sekolah, nah kadang jadwalnya tuh bertabrakan jadinya susah untuk mengatur jadwal untuk itu. kalau berbicara mengenai prestasi, kami bakalan ikut di berbagai event kompetisi yang ada di Medan namun itu juga masih minim. Apalagi di Medan kurang banyak kompetisi untuk penggemar K-Popers jika dibandingkan dengan yang ada di Jogjakarta dan Jakarta contohnya”

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa Berbicara mengenai dance cover, maka jumlah member yang ada Korea dengan jumlah member yang tergabung dalam we crew sering kali tidak sama. Padahal we crew terdiri dari 6 sub unit dengan jumlah yang berbeda pula.

Untuk dapat bergabung dalam we crew, kelompok ini menekankan adanya izin dari orang tua, karena anggota we crew harus bersedia mengeluarkan biaya pribadi dalam pembuatan kostum yang dipakai dalam kompetisi dan *event* K-Pop lainnya seperti syuting untuk pembuatan Music Video yang di upload di kanal Youtube, Instagram maupun Tiktok. Untuk audisi, We Crew akan membuka sekali audisi tiap tahunnya, jika ingin bergabung maka dapat mengikuti akun Instagram We Crew sebagai media dalam penyebaran informasi seputar audisi dan kegiatan lainnya.

4.5.3.2 Armyels

Armyels adalah sebutan kepada kelompok penggemar *BTS* yang merupakan sebuah *boyband* Korea Selatan. Awal terbentuknya dari ARMY Medan dan membuat kelompok baru yang berjumlah 10 Orang admin yang berada di *Line* tidak lama setelah dibentuk bertambah menjadi 35 orang. Dikarenakan perbedaan pemikiran diantara para anggota yang ada di dalam kelompok yang ingin membuat baliho untuk “*Taekook*”. Sekarang anggota ini sudah mencapai angka 194 orang.

Keterangan dari Narasumber bernama Sifa Prima Septi pada 17 April 2022 :

“Awalnya kami mau buat baliho untuk merayakan ulang tahun dari member yaitu Jungkook dan Rapmonster, tapi ada beberapa dari anggota kelompok sebelumnya yang nggak setuju dan menganggap hal yang kami lakukan

kurang berguna karena BTS sudah terkenal. Tapi kami tetap mau menunjukkan rasa sayang kami melalui baliho yang akan kami buat. Nah dari perbedaan pendapat itu kemudian kami membuat kelompok baru yang lebih saling satu tujuan. Nah ternyata baliho yang kami buat di notice sama portal berita korea dan masuk tv korea, selain itu baliho kami juga masuk berita line today dan portal berita lokal lainnya, itu sih kebanggaan kami, penggemar yang ada di Medan ini, diakui dunia juga keberadaannya“



*Gambar 4. 5 Projek Armyels bertajuk RM X JK Birthday Project pada 17 September 2017
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)*

Kelompok ini terbentuk pada 11 September 2017. Kegiatan yang dilakukan kelompok ini adalah gathering ulang tahun member, *sharity* (Kegiatan berbagi) dan Nonton bareng. Dalam menjalankan *event*, akan dibentuk tim kerja yang akan berpartisipasi membantu dalam menjalankan *event*. Prestasi kelompok ini pernah masuk ke artikel Korea dan *line today* yang membuktikan bahwa kelompok ini menarik perhatian dalam kancah internasional. Menurut sifa (26) seorang *founder* merasa kesulitan untuk menyatukan pendapat karena banyak mendatangkan perselisihan. Namun sejauh ini ia tetap menikmati bergabung dalam komunitas K-Pop karena punya banyak teman dan keluarga banyak juga kegiatan positif untuk

beramal. Ia menambahkan bahwa motivasi mereka untuk beramal dikarenakan BTS yang memberikan banyak contoh untuk lebih peduli dengan sesama salah satunya ikut menjadi duta UNICEF yang menandakan mereka peduli dengan masa depan penerus dunia. BTS menjadi musisi Korea pertama yang mendapatkan kesempatan berpidato di depan majelis umum PBB atas undangan dari UNICEF. Hal ini dikarenakan BTS memiliki kesamaan maksud dengan kampanye yang dilakukan oleh UNICEF, Generation Unlimited. Pada 2021, BTS sudah menjalin kerjasama dengan UNICEF dalam kampanye yang bertajuk *Love Myself* dan mampu mengumpulkan dana lebih dari US\$1 Juta. Syarat untuk dapat gabung dalam kelompok ini yang pasti adalah menyukai BTS, dan untuk umur dibatasi dari mulai 15 tahun ke atas. Pengurus Army Els sekarang berjumlah 4 orang yaitu Sifa, Nadia, Mayang, Ayu sebagai admin hal ini dikarenakan admin sebelumnya sudah menjalani kehidupan masing-masing dan pergi luar Medan.

4.5.3.3 NCTZen

NCTZen merupakan kelompok penggemar dari *Boyband* NCT yang melakukan debut pada tahun 9 April 2016 dan kelompok ini terbentuk pada 12 September 2017. Kelompok ini merupakan wadah bagi para penggemar untuk melakukan komunikasi dan silaturahmi. Anggota NCTZen yang kini bergabung adalah sebanyak ± 100 yang ada di *Grup Whatsapp* dan sebanyak ± 1000

followers yang ada di Instagram. Banyak kegiatan yang dilakukan oleh kelompok ini selain *Meet up*, *gathering* dan nonton bareng, kelompok ini juga melakukan kegiatan sosial berupa melakukan kegiatan amal untuk membantu anak yatim dan juga yang terdampak bencana.

Menurut keterangan Informan Gadis Lailan Syafitri pada 13 Juni 2022 :

“Awal mula dari terbentuknya kelompok ini adalah NCT melakukan debut. Setelah debut fans NCT semakin bertambah banyak termasuk Medan. Maka salah satu Fanbase di Medan yaitu SM Town Medan membuat wadah bagi para penggemar untuk saling interaksi dan berkenalan”



Gambar 4. 6 Kegiatan berbagi dengan berbuka bersama anak panti asuhan pada Ramadhan 2018 (sumber NCTZen Medan)

Dalam menjalankan sebuah kegiatan, admin dan founder akan bekerjasama dengan sponsor yang terlibat dalam setiap event. Hambatan yang dihadapi dalam kelompok ini adalah kurang nya orang dengan rasa tanggung jawab dalam menjalankan kegiatan komunitas. SMFM awards merupakan kegiatan rutin yang dilakukan oleh SM Stan yang ada di Medan. Dalam kompetisi ini NCTZen Medan mendapatkan penghargaan diantaranya :

- Best Male Group Fanbase (2018)
- Top 15 Fanbase (2020)
- Special Outstanding Achievement (2020)
- Top 10 Fanbase (2019)
- Best Fandom Idol School (2010)



Gambar 4. 7 perolehan penghargaan dalam kategori Top 10 Fanbase pada tahun 2019 (sumber NCTZen Medan)

Cara agar tergabung dalam kelompok ini adalah dengan menghubungi admin dari Instagram @nctzen_Medan dan tweeter @Nctzenmedan_, kemudian *follow*. Setelah itu admin akan memberikan nomor Whatsapp yang dapat dihubungi. Tidak ada batasan umur dalam anggota dan syarat tertentu agar dapat tergabung dalam kelompok ini. Kepengurusan dalam kelompok ini sudah beberapa kali berganti dan sekarang Januar Fong sebagai *Founder*, Ririn dan Gadis sebagai *Co-Founder*.

4.5.3.4 Carat

Carat merupakan sebuah komunitas kpop untuk para fans pendukung grup band Seventeen. Kelompok ini terbentuk pada 23

Oktober 2017. Jumlah anggota kelompok ini mencapai 200 orang aktif dan jumlah *followers* mencapai 1142 jumlah *followers* untuk media sosial Instagram. Bermula dari keinginan dari founder untuk membentuk kelompok ini dikarenakan semenjak debut grup seventeen pada 2015, belum terdapat kelompok fans yang berbasis di Medan. Hal ini dikarenakan pada masa itu perkembangan internet belum secepat sekarang, terdapat hambatan dan kesusahan yang dialami pengurus untuk menjangkau para fans lainnya. Kemudian pada tahun 2017 terbentuklah kelompok Carat menjadi kelompok KPopers yang berada di Medan. Pada tahun 2017 terdapat dua kelompok carat yang dipimpin oleh Ade dan Yuni, kemudian kelompok ini digabungkan pada tahun yang sama.



Gambar 4. 8 Nonton Bareng Carat yang dilaksanakan pada sabtu, 23 April 2022 di Bioskop Cinepolis SUN Plaza Medan

Untuk bergabung dalam kelompok ini anggota dapat mendaftarkan dirinya melalui admin yang berada di media sosial instagram maupun tweeter dan akan dimasukkan ke dalam grup whatsapp.

Keterangan dari seorang narasumber bernama Silfani pada

23 April 2022 :

“Kalau saya mendapat banyak teman dan relasi di Komunitas ini, mulai dari yang di Medan bahkan sampai di Luar Negeri. Apalagi background saya ini ada yang sama. Kami berceritalah bagaimana perkembangan fans di sana, apa saya event dan kegiatan, bagaimana konser, tiket konser dan ada juga yang membantu saya mendapatkan tiket konser yang ada di Singapura beberapa tahun lalu sebelum pandemi. Selain itu kami juga membahas pekerjaan, dan juga ekonomi. Pokoknya relasi saya bertambah deh”

Dari pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa internet dapat menghubungkan orang di berbagai belahan dunia dengan berkomunikasi dengan cepat dan mudah. Para anggota K-Popers mendapatkan relasi dari keterhubungannya ke dalam kelompok K-Popers yang ada di Kota Medan. Hal ini sesuai dengan teori komunikasi dunia maya yang mengatakan internet menawarkan potensi komunikasi yang lebih terdesentralisasikan Karena bergabung di komunitas K-Popers merupakan komunitas yang besar ia dapat menjangkau teman sesama komunitas sampai di berbagai negara, tak hanya berkomunikasi K-Pop ia juga dapat berdiskusi dengan teman yang mempunyai latar belakang pekerjaan yang sama. Ia keluar dari admin dikarenakan tuntutan pekerjaan yang banyak dan sulit menyesuaikan waktu dengan berbagai kegiatan komunitas. Ia merasa nyaman bergabung dengan komunitas K-Pop khusus Carat karena ia merasa aman dan tenang, karena Karat merupakan fans yang tidak begitu aktif di media sosial.

Fans carat merupakan fans yang loyal, bagi mereka yang sudah bekerja mereka akan lebih aktif di bagian membeli barang dibandingkan dengan mengikuti *vote* atau disebut *fans money*.

4.5.4.5 Reveluv

Reveluv merupakan komunitas penggemar Red Velvet, sebuah Grup Girl Band. Komunitas ini terbentuk pada November 2017 dan mempunyai anggota sebanyak 50 orang untuk grup chat Line dan 20 orang untuk yang bergabung di Grup WA. Berawal dari keinginan Yani seorang pengagas Reveluv untuk membuat komunitas penggemar untuk Red Velvet. Kegiatan rutin yang dilakukan oleh kelompok ini adalah *mini Event Birthday* yang dilakukan setiap tahun. Kelompok ini juga melakukan kegiatan gathering untuk *anniversary* dari kelompok Red Velvet. Pada 22 Mei 2022 Red Velvet melakukan konser di Indonesia tepatnya di Jakarta, anggota reveluv mengikuti kegiatan *War Ticket*. *War Ticket* merupakan kegiatan membeli tiket dengan cepat dan memperebutkannya dengan calon penonton konser lainnya. Dari kegiatan *War Ticket* terdapat 7 anggota Reveluv yang berhasil membeli tiket dan menonton konser dan berangkat ke Jakarta.



Gambar 4. 9 kegiatan birthday party member idol pada tahun 2020

Kegiatan komunitas dilakukan oleh *founder* dan anggota dan menentukan jadwal yang sesuai dan tidak bertabrakan antar anggota. Hambatan terbesar yang dialami oleh kelompok ini adalah menentukan jadwal dalam mengikuti dan membuat *gathering* dan *mini event* karena ada kesibukan lainnya seperti bekerja dan kuliah. Untuk bergabung dengan kelompok ini tentunya harus menyukai Red Velvet 100% dan tidak menyukai kelompok K-Grup lainnya.

4.5.3.6 Inner Circle

Inner Circle merupakan kelompok K-Popers yang merupakan *Fanbase* dari sebuah Grup Kpop yang bernama Winner 4. Grup Winner debut pada tahun dan kelompok ini terbentuk pada 2014 melalui aplikasi chat Line yang berawal dari Facebook. Awal mula pembentukan kelompok ini adalah untuk mewadahi orang yang menyukai Winner pada tahun 2017. Pada awalnya jumlah anggota yang tergabung berjumlah 5 orang, kemudian bertambah menjadi 15 orang anggota aktif sampai sekarang. Anggota Inner circle merupakan anggota kelompok lain yang sudah terbentuk sebelumnya. Karena beberapa alasan kelompok ini kemudian dibentuk dari mantan anggota yang bermula dari grup line. Kegiatan

yang dilakukan oleh kelompok ini adalah *Meet Up* dan *Sharing*. Karena anggotanya yang tidak terlalu banyak menyebabkan adanya kesulitan dalam mengadakan kegiatan yang besar.



Gambar 4. 10 kegiatan *meet up* pada tahun 2019 (sumber Inner Circle Medan)

Dalam menjalankan kegiatan anggota dan pengurus akan melakukan diskusi mengenai waktu, tujuan dan tempat, agar tidak berbenturan dengan kegiatan pribadi. Untuk bergabung dengan kelompok ini dapat langsung menghubungi admin melalui Instagram dan Line. Tidak ada syarat khusus dan pembatasan dalam bergabung.

4.5.4 Komunitas K-Popers di Kota Medan Tahun 2018

4.5.4.1. MyDay

My Day merupakan fandom yang menyukai sebuah grup band yang bernama Day6 yang melakukan debut pada tahun 2015. Awal mula terbentuknya kelompok ini adalah karena keinginan untuk berkumpul dan melakukan kegiatan sesama penggemar Grup Band Day6. *Founder* kelompok ini membentuk kelompok ini pada 29 Mei 2018, karena termotivasi membentuk kelompok sama seperti

kelompok fandom lainnya yang lebih dahulu terbentuk khususnya di Medan. Setelah resmi terbentuk, terdapat 15 orang yang tergabung. Setelah beberapa bulan terbentuk mulailah tampak antusiasme myday yang ada di Medan dan sekarang jumlah anggota mencapai 80 orang. Kegiatan yang dilakukan oleh kelompok ini adalah *meet up, sharing*, dan melakukan *event*, yaitu *Gathering*, karaoke massal (*norebang*) dan kelompok ini juga melakukan kegiatan derma berupa pembagian sembako kepada kelompok yang membutuhkan, dan juga mengikuti kegiatan amal lainnya.



Gambar 4. 11 kegiatan berbagi pada tahun 2020 (sumber : dokumentasi pribadi)

Pada tahun 2019 diadakan karaoke bersama (*norebang*) yang merupakan kegiatan karaoke bersama pertama dan sampai saat ini belum dilakukan kembali karena terkendala Pandemi COVID-19. Sebagai leader, banyak hal yang diperoleh seperti leadership yang dimana seorang *leader* harus mempunyai jiwa tanggung jawab dalam mengurus sebuah *fandom* dan menjadi garda terdepan dalam menghadapi masalah dan backup kelompok. Syarat untuk bergabung dalam kelompok ini adalah menyukai day6 dan

mempunyai umur 16 tahun keatas. Calon anggota akan diwawancara oleh pengurus dan menanyakan apa alasan dalam bergabung. Jika ingin bergabung calon anggota menghubungi admin yang ada di Instagram dan Twitter dan akan diarahkan ke nomor yang akan di hubungi. Walaupun sekarang grup Day6 sedang vakum, namun kelompok fans ini tetap melakukan kegiatan *meet up* dan tetap melakukan komunikasi.

4.5.4.2 Buddy

Buddy Medan merupakan kelompok yang menyukai *Girlband* korea yang bernama G-Friend yang debut tahun 2015 kelompok ini terbentuk pada tahun 6 Juli 2018. Sekarang tidak terlalu aktif karena pengurus sibuk dengan urusan pribadi, namun kelompok ini tetap aktif dalam mendukung G-Friend. Kelompok ini awalnya masih sedikit dan sulit ditemukan, maka dari itu *founder* yang bernama Candy li dan Putri, membentuk kelompok ini untuk menjadi wadah sesama fans dan bisa mensupport kelompok *G-Friend*. Jumlah anggota awal terbentuknya Buddy sebanyak 100 orang di grup line dan sekarang berjumlah 80 orang yang tergabung dalam grup chat WA. Kegiatan yang dilakukan berupa *gathering* dan *celebration* kepada para member yang ulang tahun dan juga *celebration anniversary*.



Gambar 4. 12 kegiatan berkumpul bersama kelompok fandom lainnya yang ada di Medan pada tahun 2020 (sumber : Dokumentasi pribadi)

Dalam melakukan kegiatan pengurus bekerjasama dengan anggota. Pada tahun 2019, kelompok ini mengikuti acara norebang namun sampai saat ini belum dilakukan dikarenakan terhalang oleh pandemi. Kesulitan dalam menjalankan kelompok ini dikarenakan berkurangnya jumlah anggota dan kurangnya partisipasi. Jika ingin bergabung bisa langsung aja bergabung dengan syarat menyukai G-Friend dan tidak ada pembatasan umur semua bisa bergabung.

4.5.5 Komunitas K-Popers di Kota Medan Tahun 2019

4.5.5.1 MOA

Merupakan kelompok penggemar yang menyukai TXT yang melakukan debut pada tahun 20. Kelompok ini terbentuk pada 10 Januari 2019. Awal mula pembentukan kelompok ini adalah keinginan Fadilla *founder* yang merupakan penggemar untuk adik BTS (sebutan untuk TXT). Nama dari kelompok penggemar ini adalah TXT Medan yang kemudian berubah menjadi MOA Medan berselang kurang dari setahun. Moa Medan kini dikelola oleh

seorang *Leader* dan 4 orang admin yang mengurus setiap *event* kelompok. Jumlah anggota pada awal terbentuknya sebanyak 100 orang dan sekarang hanya berjumlah 89 orang anggota aktif. Kegiatan yang dilakukan oleh kelompok ini adalah *Meet Up* untuk merayakan ulang tahun Member, *Comeback*, dan juga nonton konser online di era Pandemi COVID-19.



Gambar 4. 13 kegiatan buka bersama pada tahun 2022 (sumber : Dokumentasi Pribadi)

Pada saat berlangsungnya *event* anggota tidak dikenakan biaya nonton namun hanya membayar biaya makan, dan juga *goodies*. Moa Medan mendapatkan gelar top 15 Fandom untuk kawasan Medan.



Gambar 4. 14 penghargaan yang diperoleh MOA Medan (Sumber : Dokumentasi Pribadi)

Kesulitan dalam mendapatkan perhatian dari anggota dalam melaksanakan *event*, seperti membuat kegiatan dengan rangkaian yang menarik karena rata-rata penggemar masih remaja. Untuk dapat bergabung dalam Moa Medan, harus merupakan penggemar TXT dan berdomisili di Medan, calon anggota dapat langsung menghubungi admin melalui Instagram dan akan diarahkan ke Whatsapp oleh admin.

4.5.5.2 Treasure Maker Medan

Awal mula berdirinya pada September 2019 sebelum Treasure melakukan debut. Menurut penuturan *Founder*, Tirra S. F. Girsang (25), kelompok Treasure Maker awalnya bernama YG Treasure Medan kemudian berubah menjadi Treasure Maker Medan. Pertama kali membentuk kelompok ini untuk menjaring fans yang lebih banyak. Sekarang berjumlah 85 orang. Kegiatan *birthday*, dan *event sosial*. Mereka ingin melakukan event treasure dalam rangka *treasure anniversary*.



Gambar 4. 15 kegiatan *Treasure Maker* yang dilaksanakan di Kopi Chuseyo Ringroad pada 2022 (Sumber *Treasure Maker*)

Prestasi dari kelompok ini mengumpulkan uang dan memberikan hadiah kepada *treasure* ke Korea Selatan dan mereka memakai barang yang dikirimkan oleh fans. Kesulitan banyaknya persaingan dalam dunia K-Pop. *Treasure maker* ada 3 akun Instagram yang mempunyai grup masing-masing/mencari anggota. Syarat bergabung komunitas tidak ada batasan. Dengan menghubungi admin melalui instagram dan akan diseleksi oleh admin secara langsung / memberi biodata.

4.5.6 Komunitas K-Popers di Kota Medan Tahun 2020

4.5.6.1 Wolgwang

Wolgwang merupakan kelompok K-Popers yang melakukan kegiatan *Dance Cover* dan *Song Cover* yang resmi berdiri pada tahun 2020. Awalnya kelompok ini terbentuk lahir dari motivasi *founder* untuk menjangkau orang-orang atau penggemar daerah Medan yang mempunyai hobi yang sama namun juga serius dalam melakukan dance, tidak hanya sebatas hobi semata namun ingin mengorbankan lebih banyak hal ke dalam grup. Arti dari nama

Wolgwang diambil dari Bahasa Korea yang berarti bulan terang, karena *founder* ingin menjadikan kelompok yang bersinar terang seperti bulan. Awalnya anggota kelompok ini berjumlah 25 orang namun sekarang berkurang karena subunit yang sebelumnya bergabung dengan Wolgwang berpisah dan memisahkan diri karena dianggap sudah mandiri dan tidak membutuhkan pelatihan khususnya dari *leader* Wolgwang. Kini wolgwang berisikan 3 *sub-unit*. *Founder* dari wolgwang berjumlah 4 orang yang kemudian menjadi *leader* yang aktif sampai sekarang. Kegiatan latihan merupakan kegiatan yang rutin dilakukan.

Selain itu kelompok ini juga aktif mengikuti kegiatan perlombaan dan event K-Pop lainnya. Wolgwang melakukan audisi dance dan bernyanyi yang dimana kegiatan ini menjadi jalan untuk masuk dan ikut bergabung menjadi anggota Wolgwang. Audisi ini diuji oleh 4 orang *leader* Wolgwang. Kesulitan dalam menjalankan kelompok ini adalah masih adanya ego dari tiap anggota dan menghadapi anggota yang tidak komitmen.

4.5.6.2 Engene Medan

Engene Medan merupakan kelompok penggemar yang menyukai Enhypen. Enhypen sendiri terbentuk dan melakukan debut pada 30 November 2020. Boyband ini beranggotakan 7 orang pria melalui acara *survival* yang bernama *I-Land* yang

diselenggarakan pada tahun 2020 pada bulan juni sampai September yang beranggotakan 23 orang. Pada awalnya kelompok ini bernama Aegis Medan kemudian berubah menjadi Engine Medan. Engine Medan terbentuk pada 22 Juli 2020. Pengurus sebanyak 4 orang yang juga merangkap menjadi admin. Pada awalnya anggota engine Medan beranggotakan 100 orang dan saat ini mencapai 150 orang anggota. Kegiatan Engine Medan yaitu *event* debut dan sering mengadakan event member seperti ulang tahun, *new year* yang satu label ARMY, Carat, MOA yang merupakan satu label dan juga *event* konser.



Gambar 4. 16 kegiatan Birthday Party pada 7 Februari 2021 (sumber : Dokumentasi Pribadi)

Dalam menjalankan event, admin akan membentuk tim kerja yang beranggotakan admin, pengurus dan juga anggota yang bersedia. Kemudian mencari tempat, membuat *Flyer* untuk menarik anggota. Tak jarang anggota juga memberikan *goodies* untuk memeriahkan event. Engine Medan mengalami banyak hambatan dalam mengikuti acara perlombaan di Medan yang menyebabkan tidak adanya prestasi yang diperoleh. Namun Engine Medan tetap

melakukan kolaborasi bersama fandom yang ada di Medan. Menurut penuturan *founder* sekaligus *owner* ia tidak merasakan kesulitan karena merasa asik karena dalam kelompok ia menjalankan hobby dan pertemanan. Beliau merasakan banyak teman untuk bergaul. Syarat untuk bergabung dalam Engene Medan, merupakan Engene dan berdomisili Medan dengan mendaftarkan diri melalui Instagram dan akan diarahkan admin untuk mengikuti langkah berikutnya.

4.5.6.3 VIP Medan

VIP merupakan kepanjangan dari *Very Important Person* yang merupakan nama dari sebuah fanbase Big Bang. Kelompok ini berdiri jauh setelah Big Bang debut yaitu terbentuk pada tahun 2020. Menurut penuturan dari *founder* kelompok ini Tirra Girsang (25 tahun), motivasinya dalam membentuk kelompok adalah untuk mengenang sembari bernostalgia kepada kelompok Big Bang yang merupakan kelompok besar dan Berjaya pada masanya bahkan masih eksis sampai sekarang. Walaupun jumlah anggota yang tergabung tergolong sedikit dibandingkan dengan kepopolaritasan *Boyband* Big Bang, namun mereka semua solid. Kelompok ini juga sering mengadakan kegiatan amal, diperuntukkan kepada orang yang membutuhkan karena untuk acara berkumpul dan *gathering* mereka terhalang karena kesibukan *real life*. Acara *gathering* ulang tahun, anniversary akan digantikan dengan kegiatan amal baik secara langsung atau sumbangan kepada korban yang terdampak

bencana baik di Medan sekitar dan lainnya. Kelompok ini kini beranggotakan 88 orang anggota resmi.

4.5.7 Komunitas K-Popers di Kota Medan Tahun 2021

4.5.7.1 Captain

Merupakan kelompok *Dance Cover* yang ada di Medan yang beranggotakan 7 Orang. Kelompok ini resmi berdiri pada 18 Maret 2021. Captain berdiri untuk mewadahi remaja untuk mengisi waktu luang yang positif. Pada awalnya merupakan wadah untuk mengembangkan bakat dalam dance dan sekarang berkembang dan merambah ke berbagai bidang seni.

Keterangan dari Narasumber Leo Farez pada 20 Mei 2022 :

“Sesuai dengan namanya, Captain berisikan anggota laki-laki yang memang bisa dibilang agak beda dengan kelompok dance lainnya, yaitu lebih laki-laki. Kalau kelompok lain yang ada di Medan tuh ada yang memberikan visual lebih cute, jika kami nih memang benar jantan. Selain dance ada juga anggota kami yang model, ada juga yang nyanyi. Nah kami mau mengembangkan kelompok ini tidak hanya dan saja, tapi juga di bidang lainnya. Harapan kami Captain kelak menjadi wadah bagi remaja Medan untuk menyalurkan bakat.”

Hal ini didukung oleh pendapat dari Pendiri kelompok ini Jeo Wijaya, merasa banyak anak muda yang berdomisili Medan yang mempunyai bakat bernyanyi, dance namun tidak menemukan wadah yang tepat untuk *show up*. Ditambah dengan pengalaman banyak di bidang *coaching dance*. Maka dari itu muncul gagasan

untuk membentuk kelompok ini dengan merekrut tiga orang anggota pertama.



Gambar 4. 17 anggota kelompok Captain (sumber Captain)

Ia juga menambahkan, untuk tahun ini mereka akan berfokus kepada pengembangan kelompok. Bagaimana mereka mengenalkan kelompok Captain yang merupakan kelompok *dance cover* yang tak hanya dance namun juga rap dan juga bernyanyi bahkan model. *Achievement* berupa juara 3 *dance cover* sebagai pemenang juara 3. Kelompok ini mendapatkan penonton sebanyak 1k *Viewers* di Channel Youtube “Captain” dengan membawakan dance TXT lagu “*Love Song*”.

Kelompok ini akan melakukan komunikasi jika ada kegiatan yang akan dilakukan, seperti jika mereka akan mengikuti kegiatan perlombaan. Setiap anggota akan menentukan dan menentukan jadwal untuk melakukan latihan. Kelompok ini biasanya latihan di Lapangan Merdeka karena tempatnya nyaman dan mudah untuk dijangkau.

Pengurus komunitas dan anggota komunitas mengaku bahwa dalam setiap komunikasi media sosial dan internet tidak dapat dipisahkan. Contohnya adalah dalam penentuan jadwal latihan, para pengurus dan anggota akan menentukan jadwal dan lokasi latihan melalui ruang chat. Para pengurus Komunitas akan membagikan pengumuman berupa Flayer berupa kegiatan atau rekrut anggota yang akan diupload di media sosial. Dengan memanfaatkan internet maka informasi tersebut akan menyebar dengan cepat. Hal ini sejalan dengan riset mengenai kecanduan Internet yaitu Riset Young (1996) yang mengemukakan bahwa ruang chatting merupakan sumber utama dalam kecanduan internet.

4.6 Dampak perkembangan Komunitas K-Popers Medan

4.6.1 Penggunaan Bahasa Korea

Tidak dapat dipungkiri bahwa dampak dari perkembangan K-Pop membawa pengaruh dalam hal komunikasi. Banyaknya menonton dan mengikuti program tontonan Korea menjadikan anggota komunitas menggunakan Bahasa Korea dalam keseharian seperti menyapa menggunakan Bahasa Korea “*annyeong*”, meminta maaf menggunakan Bahasa Korea “*mianhae*”. Sapaan ini menjadi kata yang biasa digunakan baik berbicara antara anggota komunitas dan juga kepada orang yang diluar komunitas.

Lebih lanjut, bahkan ada anggota komunitas yang belajar dan mengikuti kursus Bahasa Korea yang berbayar maupun tidak berbayar.

Penggunaan Bahasa Korea dapat dipelajari untuk memudahkan komunikasi dengan idola melalui media sosial seperti Bubble, dan juga pada *event Video Call* dengan Idol di acara tertentu. Selain mempelajari Bahasa, *Hangul*, juga ikut dipelajari.

4.6.2 Terkikisnya Budaya Lokal

Terkikisnya Budaya merupakan hal yang sering kali terjadi. Hal yang sama terjadi kepada komunitas yang menyukai K-Pop. Kesukaan terhadap K-Pop menjadi jalan terkikisnya budaya lokal. Kearifan lokal adalah identitas sebuah bangsa yang menyebabkan bangsa tersebut mampu menyerap, bahkan mengolah kebudayaan yang berasal dari luar/bangsa lain menjadi watak dan kemampuan sendiri Wibowo (2015 : 7). Para anggota komunitas lebih suka memakai pakaian modern dibandingkan dengan pakaian tradisional yang menyebabkan terkikisnya budaya dan kecintaan akan budaya lokal yang ada di Indonesia terutama di Medan.

4.6.3 Standar Visual

Standar visual Orang Korea juga memberikan dampak kepada para anggota komunitas. Standar kecantikan korea, dikutip dari Artikel Beauty bertajuk 8 Standar Kecantikan Korea, dari V Line Hingga Aegyo-sal, diantaranya : Wajah tirus, kulit putih pucat, tubuh ideal. Hidung kecil tapi lancip, kelopak mata ganda, kaki jenjang, kulit wajah mulus dan bersinar, *aegyo-sal*.

Padahal jika kita berbicara mengenai ras Orang Medan adalah ras Kaukasoid-Indic, dibandingkan dengan Korea yang mempunyai ras Mongoloid. Hal ini menyebabkan keinginan anggota menggunakan *Skin Care* dan Kosmetik yang berasal dari Korea Selatan walaupun terkadang hal itu tidak cocok dengan kulit dan iklim yang ada di Medan. Selain itu teknologi kosmetik yang ada di Indonesia bahkan di Korea menyesuaikan kandungan mengingat dari iklim, kelembaban, ras dan sebagainya yang berbeda dengan orang Korea pada umumnya. Konsumsi Kosmetik dan produk ala Korea menempati permintaan dan penawaran yang tinggi di pasar. Menurut Mintel, sebuah agen intelijen pasar global, pasar kecantikan Korea masuk dalam peringkat 10 besar dunia, yang mencapai nilai lebih dari \$13,1 milyar pada tahun 2018. Mengutip skripsi dari Universitas Jember, alasan mengapa produk kosmetik Korea selatan sangat populer dan terkenal dikarenakan kemasan yang lucu, ada banyak pilihan untuk semua jenis kulit, bahan unik kaya akan manfaat, ramah lingkungan, banyak jenis sesuai kebutuhan, *brand ambassador* artis/ aktor Korea favorit.

4.6.4 Lebih Menyukai Aliran Musik K-Pop dibandingkan dengan Lokal

Musik Korea juga memberikan daya tarik yang besar kepada penggemar. Musik yang menyenangkan mengundang para penggemar. Kebanyakan anggota komunitas mendengarkan lagu K-Pop dibandingkan musik Lokal dan Nasional. Kembali lagi berbicara mengenai kegemaran dan selera. Setiap orang punya selera yang berbeda. Namun kurangnya

mendengar musik lokal bahkan tidak menaruh minat menjadikan musik lokal akan terkikis oleh zaman.

4.6.5 Melakukan Kegiatan Kemanusiaan

Selain melakukan kegiatan penggemar seperti mendukung idol, anggota komunitas memberi kebermanfaatan kepada sekitar dengan memberikan donasi dan melakukan kegiatan amal bagi yang membutuhkan. Hal ini juga dilakukan karena dorongan dari idol yang juga ikut berdonasi dan melakukan kampanye kemanusiaan.

4.6.6 K-Pop Menjadi Kiblat dalam Style

Style Korea menjadi kiblat bagi para penggemar. Penggunaan rok mini, rambut yang berwarna warni, lipstik yang berwarna orange menjadikan penggemar ikut memakai produk yang serupa. Perusahaan kosmetik dalam negeri dan juga luar negeri melakukan kombinasi dan penyempurnaan dalam warna, tekstur seperti Korea. Baju seragam korea juga menjadi serapan dalam penggunaan seragam di berbagai sekolah. Anggota komunitas K-Popers juga acap kali memakai pakaian yang sama dengan yang digunakan oleh *idol*.

4.6.7 Sifat Konsumerisme

Penjualan dan pembuatan *Goodies* menjadi pasar yang ramai dalam kalangan K-Popers. Penjualan poster, Postcard, dan juga barang lainnya seperti *photo card* memberikan keuntungan kepada para penjual. Acapkali penjualan *goodies* menjadi ajang yang dikatakan mendukung idol maka

penggemar ikut dalam membeli dan menggunakan *goodies* yang *official* dari Korea maupun *unofficial* yang dijual di Indonesia.

