

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1.Latar Belakang

Tergesernya budaya setempat dari lingkungannya disebabkan oleh kemunculannya sebuah kebudayaan baru yang kelihatan lebih atraktif, fleksibel dan mudah dipahami sebagian masyarakat, bahkan masyarakat yang status sosialnya rendah dapat dengan mudah menerapkan kebudayaan baru tersebut dalam aktifitas kehidupan. Sebuah istilah "*Budaya Populer*" atau disebut juga dengan "*Budaya Pop*", yakni budaya yang dalam pengaktualisasiannya mendapat dukungan dari penggunaan perangkat berteknologi tinggi, sehingga dalam penyebarannya begitu cepat serta mendapat respon sebagian besar kalangan masyarakat.

Penyiaran melalui televisi dianggap masyarakat sebagai media penyebaran budaya populer ini. Melalui tayangan acaranya tercermin budaya impor yang telah dikonstruksi makna dan nilainya itu, telah menawarkan budaya baru hasil biasan dari budaya barat yang mengusung pola keglamoran hidup dalam masyarakat. Budaya ini tumbuh subur dan cepat mengalami perkembangan yang cukup pesat dalam masyarakat perkotaan dan keberadaannya sangat kuat pada kehidupan kaum remaja kota.

Budaya pop saat ini tidak hanya menjadi dominasi budaya Barat, tetapi Asia juga mulai menunjukkan kemampuannya dengan menjadi pengekspor budaya pop. Karena melihat dan merasakan kehadiran budaya

pop tersebut di tengah- tengah kehidupan masyarakat luas, maka sekelompok orang akan tertarik untuk meniru apa yang telah dilihatnya melalui media masa sebagai pendorong gaya hidupnya agar tetap eksis.

Selain Jepang, Korea mulai menunjukkan kemampuannya sebagai negara pengekspor budaya pop melalui tayangan hiburannya dan menjadi saingan berat bagi Amerika dan negara-negara Eropa. Hal ini sejalan dengan kemajuan industri hiburan Korea dan kestabilan ekonomi mereka.

Selama sepuluh tahun terakhir ini, demam budaya pop Korea melanda Indonesia. Fenomena ini dilatarbelakangi Piala Dunia Korea-Jepang 2002 yang berakhir dengan masuknya Korea sebagai kekuatan empat besar dunia dalam hal persepakbolaan. Kesuksesan Korea di Piala Dunia 2002 semakin mempersohor nama Korea di mata dunia. Beberapa waktu menjelang, selama dan setelah hiruk-pikuk Piala Dunia, beberapa stasiun televisi swasta di tanah air gencar bersaing menayangkan musik, film-film maupun sinetron-sinetron Korea yang juga memperlihatkan *style* yang membuat masyarakat luas tertarik untuk menirunya sehingga muncul lah sindrom *Korean wave* (Farradina 4 : 2013 ).

*Korean wave* mampu mempengaruhi pola hidup dan cara berpikir masyarakat yang dipengaruhi. Hal ini lah yang disadari pemerintah Korea, bahwa dengan merebaknya *Korean wave*, akan membuka jalan bagi kemajuan ekonomi Korea.

Tidak bisa dipungkiri, saat ini tengah berlangsung *Korean Wave*. Hal ini mengacu pada popularitas tayangan hiburan Korea Selatan yang

meningkat secara signifikan di seluruh dunia tak terkecuali di Indonesia. Medan merupakan salah satu kota yang sangat dinamis dalam menerima perubahan yang membuat masyarakatnya menjadi masyarakat yang terbuka dalam menerima hal-hal baru. Meluasnya *Korean wave* ini tidak bisa dilepaskan dari peran media massa yang secara sadar maupun tidak telah membantu terjadinya aliran budaya ini. Bisa dikatakan bahwa karena media massa-lah *Korean wave* dapat memasuki semua sudut kota besar salah satunya kota Medan.

Di sepanjang jalan dan pusat perbelanjaan, tempat-tempat umum yang sering dikunjungi masyarakat kota Medan, dapat dengan mudah kita temui pengaruh *Korean Wave*. Hal ini ditandai dengan merebaknya restoran Korea, *café* atau *coffee shop* bernuansa Korea dengan menu makanan Korea, toko busana yang menjual pakaian dengan *fashion* ala Korea dan sebagainya. Di tambah lagi dengan serbuan informasi yang mengalir deras via internet dan televisi tentang lagu pop Korea dan drama serial Korea yang sering ditayangkan, wajar saja bila demam Korea melanda remaja kota Medan. Bahkan beberapa dari remaja tidak malu lagi untuk menjadikan gaya hidup korea sebagai *lifestyle* sehari-hari.

Hal ini disebabkan remaja lebih mudah terpengaruh dengan gaya kekinian. Melalui pemberitaan media massa melalui drama serial Korea ditelvisi atau informasi seputar dunia *entertainment* Korea dimajalah ataupun internet, budaya *Korean wave*, seperti *fashion*, musik pop Korea, film Korea, makanan khas dan sebagainya secara umum menarik perhatian remaja kota

Medan untuk mengkonsumsi segala bentuk budaya modern *Korean wave*, hal ini terjadi karena remaja sangat cenderung bersifat konsumtif dengan gaya baru yang dianggap sebagai sesuatu yang *trend* pada jaman sekarang. Remaja merasa memiliki jiwa yang lebih *fress* dengan *style* baru yang saat ini sedang *nge-trend* bahkan hampir diseluruh negara. Dengan berbagai penawaran hal-hal baru akibat demam Korea remaja lebih sifat konsumtif terhadap sesuatu ala Kekoreaan, sampai akhirnya remaja kota Medan yang merupakan *Korean lovers* membentuk komunitas untuk mewadahi para penggemar yang menyukai budaya populer Korea dan komunitas tersebut biasa di kenal sebagai *fandom*.

*Fandom* merupakan istilah dari bahasa Korea yang mengartikan sebuah komunitas penggemar. *Fandom* merupakan bentuk dari suatu komunitas penggemar budaya populer Korea, mulai dari penggemar *boyband* dan *girlband* Korea, aktris dan aktor Korea, drama Korea, lagu pop Korea *fashion* Korean, makanan khas Korea dan lain sebagainya. Kota Medan merupakan salah satu kota besar di Indonesia tidak luput dari pengaruh *korean wave*. Kegilaan *fandom* di kota Medan ini boleh dikatakan tidak jauh berbeda dibandingkan kota besar lainnya di Indonesia.

Di kota Medan ada beberapa komunitas penggemar artis korea (*fandom*) yang terbentuk seperti *fandom E.L.F Medan*, *SONE*, *V.I.F.Fandom* *ELF* merupakan komunitas di kota Medan yang menggemari salah satu grup *boyband* Korea *Super Junior*, *fandom SONE* merupakan *fansclub* Korea di kota Medan yang menggemari *girlband* Korea SNSD, sedangkan *fandom VIF*

merupakan *fansclub* yang menggemari *boyband* Korea BIGBENG. Dari sekian banyak grup idola dengan kepopuleran tinggi baik dunia nyata maupun dunia maya, Super Junior menjadi sorotan penulis.

Super Junior adalah sebuah grup idola berbentuk *boyband* yang pada awal *debutnya* beranggotakan 13 orang lelaki dengan beragam talenta seperti menari dan menyanyi. Grup ini diperkenalkan ke publik Korea di tahun 2006. Ditahun 2012, mereka telah memiliki enam *full studio album*, beberapa *live concert album* serta banyak *single digital* yang dirilis dalam bahasa Korea, Jepang hingga Mandarin (<http://superjunior.smtown.com> diakses pada 4 april 2014). Super Junior memiliki fansclub atau fandom dengan nama *everlasting friend* atau sering di singkat *ELF*.

*ELF Medan* merupakan salah satu fandom yang cukup aktif di Medan, hal ini dapat terlihat dari akun sosial komunitas ini seperti facebook dan twitter yang selalu update tentang informasi Super Junior yang mereka idolakan, dan juga *ELF Medan* sering melaksanakan pertemuan rutin dengan sesama anggota *ELF* serta melaksanakan pertemuan untuk merencanakan suatu proyek atau rencana kegiatan yang biasa mereka sebut *gathering*.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk meneliti *korean wave* yang merupakan salah satu bentuk budaya populer dengan mengangkat judul

**BUDAYA POPULER KOREAN WAVE PADA KOMUNITAS FANDOM  
E.L.F DI KOTA MEDAN**

## 1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas maka masalah dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Budaya Populer *Korean Wave* pada *fandom ELF Medan*
2. Faktor yang mempengaruhi komunitas *fandom ELF Medan* terbentuk
3. Pemberitaan media tentang *korean wave* memberikan pengaruh terhadap anggota *ELF Medan*
4. Bentuk kegiatan *Fandom ELF Medan*
5. *Fandom ELF* membentuk Identitas anggotanya

## 1.3.Rumusan Masalah

1. Faktor apa yang mempengaruhi individu bergabung dalam keanggotaan *fandom ELF Medan* ?
2. Apa bentuk kegiatan yang dilakukan oleh *fandom ELF Medan* ?
3. Bagaimana *fandom ELF* membentuk Identitas anggotanya ?

## 1.4.Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi *fandom ELF* terbentuk di Medan
2. Untuk mengetahui bentuk kegiatan yang di lakukan oleh *fandom ELF Medan*
3. Untuk mengetahui pembentukan identitas diri anggota *fandom ELF Medan*

### 1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin diperoleh setelah melaksanakan penelitian ini adalah :

1. Memberikan pengetahuan dan wawasan kepada peneliti dan pembaca tentang komunitas penggemar *Korean wave (fandom)* sebagai bentuk Budaya Populer Korea
2. Memberikan pengetahuan pada masyarakat tentang *fandom ELF* sebagai bentuk Budaya Populer *Korean wave*
3. Sebagai informasi pada masyarakat tentang *fandom ELF* di Kota Medan
4. Sebagai bahan masukan dan pembandingan bagi peneliti lain yang bermaksud mengadakan penelitian dalam kasus yang sama
5. Menambah perbedaharaan karya ilmiah bagi lembaga pendidikan, khususnya Universitas Negeri Medan mengenai Budaya Populer *Korean wave* pada masyarakat