

Konstruksi Realitas Sosial Anggota Komunitas Penggemar Boyband Exo Jakarta

Zulfa Ayundia Nabila ¹⁾Davis Roganda Parlindungan²⁾

Ilmu Komunikasi, Fakultas Industri Kreatif, Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis
Jalan Pulomas Selatan Kav. 22, Jakarta 13210

¹⁾ Email : zulfaayundia23@gmail.com

²⁾ Email : davis@kalbis.ac.id

Abstract: *The EXO boyband community or who have an EXO-L nickname is a community that was formed because of the large enthusiasm of Kpop fans to be able to express their love for their idols. Boyband EXO is a boyband from South Korea consisting of nine members formed by S.M. Entertainment. The purpose of this study was to determine the process social construction of reality from EXO boyband community members in Jakarta. This research approach uses a qualitative approach with the Case Study analysis method. The theory used is the theory Social Construction of Reality proposed by Peter L. Berger and Thomas Luckmann. The results of this study show that the social construction of reality experienced by members of the EXO or EXO-L boy band community begins with knowing Kpop, knowing the EXO boy band, joining the EXO-L community and making adjustments, interacting with fellow members, to identify themselves with their members in EXO boyband community.*

Keywords: *EXO boyband, The Social Construction of Reality, Kpop*

Abstrak: *Komunitas penggemar boyband EXO atau yang memiliki panggilan EXO-L adalah sebuah komunitas yang terbentuk karena besarnya antusias penggemar Kpop untuk dapat mengekspresikan rasa cinta mereka terhadap idola mereka. Boyband EXO adalah sebuah boyband asal Korea Selatan yang terdiri dari sembilan anggota bentukan S.M. Entertainment. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui proses konstruksi realitas sosial anggota komunitas penggemar boyband EXO di Jakarta. Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis Studi Kasus. Teori yang digunakan adalah teori Konstruksi Realitas Sosial yang dikemukakan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa konstruksi realitas sosial yang dialami oleh para anggota komunitas penggemar boyband EXO atau EXO-L adalah bermula dari mereka mengetahui Kpop, mengetahui adanya boyband EXO, bergabung dengan komunitas EXO-L dan melakukan penyesuaian diri, melakukan interaksi dengan sesama anggota, hingga mengidentifikasi diri mereka dengan komunitas penggemar boyband EXO.*

Kata Kunci: *Boyband EXO, Konstruksi Realitas Sosial, Kpop*

I. PENDAHULUAN

Pada penelitian ini, peneliti menemukan fenomena demam Korea yang saat ini sedang melanda di berbagai negara, tidak terkecuali di Indonesia. Demam Korea ini terjadi akibat masuknya globalisasi yang membawa budaya baru, salah satunya yaitu budaya Korea yang sedang menjadi pusat perhatian khalayak banyak khususnya anak-anak muda di Jakarta. Para remaja yang menyukai budaya Korea ini, menunjukkan rasa ketertarikan dan rasa cinta mereka terhadap idola kesayangan

mereka salah satu nya dengan cara melalui komunitas penggemar *Kpop*.

Dari hasil pengamatan peneliti, munculnya demam Korea tersebut menunjukkan betapa besarnya antusias dari penggemar budaya Korea yang dapat berhasil menghipotisis masyarakat khususnya generasi muda untuk tenggelam dalam fenomena demam Korea ini khususnya *Kpop*. Akibat dari munculnya demam Korea juga memiliki pengaruh yang besar dalam terjadinya penurunan jati diri anak-anak muda

Indonesia khususnya di Jakarta yang mampu mempengaruhi cara berpikir dan perilaku masyarakat yang diakibatkan dari kekuatan budaya Korea tersebut. Jadi hal inilah yang melatar belakangi peneliti melakukan penelitian ini, yaitu untuk mengetahui proses konstruksi realitas sosial yang terjadi dari para anggota komunitas penggemar *boyband* EXO mulai dari mereka mengetahui, menyukai, melakukan penyesuaian diri, berinteraksi hingga mengidentifikasi diri mereka dengan komunitas penggemar *boyband* EXO tersebut.

Para remaja yang menyukai budaya Korea terutama *Kpop* ini biasanya menunjukkan rasa cinta mereka terhadap idola mereka salah satunya dengan cara membuat komunitas penggemar *boyband* atau *girlband*. Menjamurnya *boyband* dan *girlband* di Korea memungkinkan juga banyaknya penggemar atau komunitas dari masing-masing grup *boyband* atau *girlband*. Sehingga para penggemar mulai membuat komunitas idola masing-masing untuk lebih menspesifikasikan ketertarikan mereka. Mereka mulai mendirikan komunitas khusus masing-masing dari idola mereka. Menurut Bungin (2008: 13) manusia adalah aktor yang kreatif dari realitas sosialnya. Artinya tindakan-tindakan manusia tidak sepenuhnya ditentukan dengan norma-norma, kebiasaan-kebiasaan, nilai-nilai dan sebagainya, yang kesemua itu tercakup dalam fakta sosial yaitu tindakan yang menggambarkan struktur dan pranata sosial. Individu mengkonstruksi realitas sosial, yang merekonstruksinya dalam dunia realitas, memantapkan realias itu berdasarkan subjektivitas individu lain dalam institusi sosialnya.

Perilaku yang mereka lakukan kerap kali dianggap fanatik oleh kalangan masyarakat umum. Dilansir dari jurnal Setyarsih (2016: 57), fanatisme merupakan fenomena yang sangat

penting dalam budaya *modern*, pemasaran, serta realitas pribadi dan di sosial masyarakat, hal ini karena budaya sekarang sangat berpengaruh besar terhadap individu dan hubungan yang terjadi di diri individu menciptakan suatu keyakinan dan pemahaman berupa hubungan, kesetiaan, pengabdian, kecintaan, dan sebagainya. Hal ini seperti mencerminkan diri dari penggemar *Kpop*.

Mereka dapat menciptakan suatu keyakinan serta pemahaman yang salah satunya berupa kecintaan. Melalui kecintaan tersebut, mereka bersedia menghabiskan uang mereka untuk membeli barang, mulai dari kosmetik, beli album, mengoleksi *merchandise*, nonton konser, bahkan sampai datang ke negara asal idola mereka Korea Selatan.

Dari hasil pengamatan peneliti, hal itu lah yang menjadi daya tarik para idola Korea sehingga para penggemar sangat mencintai, loyal, serta sangat mengagumi mereka. Dengan rasa cinta yang begitu besar kepada idola *Kpop* yaitu *boyband* atau *girlband* dapat membuat penggemar baik secara individu maupun komunitas berlomba-lomba untuk bertemu dengan idola mereka. Alasan para penggemar *Kpop* sangat fanatik terhadap idolanya ini salah satunya adalah karena penampilan serta fisik dari idola mereka. Idola Korea ini memiliki wajah yang tampan dan cantik serta penampilan yang modis. Karena penampilan dari para idola Korea ini, semakin mudah disukai banyak masyarakat khususnya anak-anak remaja di Jakarta.

Dari hasil pengamatan peneliti, para anggota komunitas penggemar *boyband* EXO adalah sebuah kegiatan yang membutuhkan biaya banyak karena diperlukannya biaya untuk keperluan *fangirling* sebagai *support* untuk idola mereka dan untuk keperluan berkumpul bersama anggota komunitas penggemar

boyband EXO yang lain dan ketika idola sedang *comeback* atau merilis album baru, mereka akan membeli album tersebut sebagai dukungan untuk idola mereka bukan hanya untuk membeli album, bahkan mereka juga mempunyai keinginan untuk memiliki semua yang digunakan oleh idola mereka. Tidak hanya memerlukan biaya, para anggota komunitas penggemar *boyband* EXO juga memerlukan waktu luang untuk sekedar berkumpul bersama. Tentu hal tersebut membutuhkan banyak biaya dan menyita waktu luang bagi para anggota komunitas penggemar *boyband* EXO tersebut.

Karena kecintaan penggemar *boyband* EXO kepada idola mereka, banyak kegiatan yang dilakukan oleh para penggemar, seperti halnya komunitas penggemar *boyband* EXO, juga membuat pertemuan untuk mengenal satu sama lainnya dengan sesama anggota. Kegiatan yang dilakukan komunitas tersebut tidak hanya sekedar *gathering* untuk saling bercengkrama, tetapi mereka sekarang melakukan *gathering* untuk merayakan ulang tahun dari anggota *boyband* EXO, merayakan *anniversary fandom* mereka, mengadakan acara nonton bareng jika salah satu anggota dari *boyband* EXO ada yang bermain di *film* layar lebar, nonton konser, serta datang ke negara asal idola mereka Korea Selatan. Dari beberapa permasalahan di atas sangat menarik untuk diteliti karena peneliti ingin mengetahui bagaimana proses dari saat mereka melakukan penyesuaian diri, berinteraksi sampai mengidentifikasi diri didalam komunitas mereka.

Berdasarkan penjelasan diatas, didapatkan rumusan masalah sebagai berikut.

1. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana proses konstruksi realitas sosial anggota

komunitas penggemar *boyband* EXO Jakarta?

Dari rumusan masalah tersebut, didapatkan tujuan yaitu, untuk mengetahui proses konstruksi realitas sosial anggota komunitas penggemar *boyband* EXO Jakarta, serta untuk mengetahui hambatan/faktor yang mendukung komunitas penggemar *boyband* EXO Jakarta dalam melakukan penyesuaian diri, berinteraksi serta mengidentifikasi diri mereka didalam komunitas mereka.

A. Teori Konstruksi Realitas Sosial

Penelitian ini menggunakan teori konstruksi realitas sosial. Menurut Peter L. Berger dan Thomas Luckmann dalam Bungin (2008: 13) pada awal mulanya istilah dari konstruksi realitas sosial diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann melalui bukunya yang berjudul *The Social Construction Of Reality: A Treatise in The Sociological of Knowledge*. Beliau menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksi, di mana individu menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyektif. Hal ini lah terjadi dalam anggota komunitas penggemar *boyband* EXO di Jakarta yang sedang peneliti teliti. Proses sosial mereka terjadi melalui tindakan dan interaksi setiap kali mereka berkumpul. Ketika mereka *sharing* mengenai anggota *boyband* EXO yang mereka sukai hingga memiliki pola pikir yang hampir serupa. Hal ini terjadi terus menerus sehingga mereka menciptakan sendiri realitas mereka dan membuat mereka bertahan dan merasa nyaman dengan ruang lingkup mereka.

Burger dan Luckmann mengatakan terjadi dialetika antara individu menciptakan masyarakat dan masyarakat menciptakan individu. Proses dialetika ini terjadi melalui eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Menurut

Frans M. Parera (Berger dan Luckmann dalam Burhan, 2008: 15) menjelaskan, tugas pokok sosiologi pengetahuan adalah menjelaskan dialetika antara diri (*self*) dengan dunia sosiokultural. Dialetika ini berlangsung dalam proses dengan tiga '*moment*' simultan.

1. *Pertama*, eksternalisasi (penyesuaian diri) dengan dunia sosiokultural sebagai produk manusia.
2. *Kedua*, obyektivasi, yaitu interaksi sosial yang terjadi dalam dunia intersubyektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusionalisasi.
3. Sedangkan *ketiga*, internalisasi, yaitu proses di mana individu mengidentifikasi dirinya dengan lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial tempat individu menjadi anggotanya.

Dalam hal ini, penjelasannya dalam penelitian ini yaitu:

1. Tahap Pertama Eksternalisasi, terjadi ketika para anggota mengetahui *Kpop*. Pengetahuan mengenai *Kpop* ini dimulai dari interaksi antar sesama individu dengan *new media* seperti internet, YouTube, Twitter dan media sosial lainnya. Pada tahap ini mereka sudah mengetahui *Kpop*, mereka akan terus mencari tahu segala sesuatu yang berkaitan dengan *Kpop* hingga akhirnya mereka mengetahui tentang *boyband* EXO ini. Dari pengetahuan itu lah mereka tertarik dan memutuskan untuk bergabung sebagai anggota dari komunitas penggemar *boyband* tersebut.
2. Tahap kedua Obyektivikasi, pada tahap ini proses dimana para anggota komunitas penggemar *boyband* EXO atau EXO-L berinteraksi satu sama lain. Interaksi yang terjadi juga tidak hanya sekedar interaksi didalam

kelompoknya tetapi juga di luar kelompok.

3. Tahap yang ketiga Internalisasi. Internalisasi pada penelitian ini dimana para anggota komunitas penggemar *boyband* EXO sudah mengidentifikasi diri mereka dengan komunitas mereka seperti mendapatkan kebiasaan atau menjadi sebuah kebiasaan baru. Kebiasaan baru ini adalah suatu kebiasaan yang ada didalam komunitas tersebut yang sebelum bergabung mereka tidak pernah lakukan, tetapi dengan bergabungnya mereka dengan komunitas tersebut mereka jadi melakukannya di keseharian mereka.

B. Komunitas

Menurut Christenson dan Robinson dalam Liliweri (2014: 17-18). Dalam hal ini, definisi komunitas sangat ditentukan oleh situasi dan kondisi dari "objek" yang didefinisikan. Dengan demikian, Christenson dan Robinson mengajak kita untuk dapat membandingkan beberapa makna komunitas sebagai berikut:

- a. Para ahli biologi menggunakan dan memahami komunitas adalah sebagai bentuk konstruksi untuk dapat menerangkan keberadaan sebagian kecil individu sebagai spesies yang "tunggal", dapat diartikan spesies khusus ini memiliki cara hidup, dapat berkembangbiak, bekerjasama, bersaing, dan mempunyai konflik yang berbeda secara signifikan dengan masyarakat umum di mana spesies itu berbeda.
- b. Komunitas merupakan suatu masyarakat yang dihasilkan oleh emosional antarpersonal secara timbal balik dan mutual demi perukaran kebutuhan bersama.
- c. Komunitas terbentuk karena adanya interaksi antar manusia yang

mempelajari segala sesuatu karena keanggotaan mereka dalam perkumpulannya.

- d. Komunitas dalam suatu lingkup masyarakat tidak terbentuk dengan sendirinya, tetapi terbentuk secara sosial melalui proses sosialisasi dan internalisasi.

Dari beberapa definisi menurut Chipuer dan Pretty dalam Liliweri (2014: 18-19) menunjukkan bahwa, secara garis besar komunitas adalah salah satu tipe khusus dari suatu sistem sosial yang memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. Sejumlah orang yang terlibat di dalam suatu sistem sosial karena memiliki perasaan kebersamaan, menyadari relasi sosial yang berbasis emosional di antara mereka, serta mempunyai rasa kepedulian terhadap sesuatu yang sama.
- b. Sistem sosial yang relatif kecil, terbentuk oleh ikatan perasaan bersama dari anggotanya demi tercapainya suatu cita-cita serta memiliki harapan jangka panjang.
- c. Sekumpulan orang dapat menjalankan aktivitas kehidupan dalam kebersamaan mereka berdasarkan asas kerja sama secara sukarela, namun juga memiliki tata aturan tentang pemberian ganjaran atau sanksi terhadap kebersamaan tersebut.
- d. Sekumpulan orang yang terikat karena adanya unsur-unsur kebersamaan, seperti kesamaan suku bangsa, ras, agama, golongan, pekerjaan, status sosial, ekonomi, geografis, dan teritorial, kelompok umur, dan lain-lain yang selalu "tampil beda" dan menjadikan perbedaan tersebut sebagai "pembatas" antara mereka dengan kelompok-kelompok yang sama atau bahkan kelompok yang berbeda

dalam masyarakat di mana kumpulan tersebut menjalani kehidupannya sehari-hari.

C. *Kpop*

Didalam jurnal Ayunita (2018: 676-677) *Kpop* atau musik Korea memiliki banyak sekali penggemar diberbagai dunia terutama di Indonesia. Banyaknya fans artis musik Korea dapat dilihat dari laris manis konser para *boyband* dan *girlband* Korea, dan juga acara temu para fans dari musik Korea. *Kpop* merupakan sebuah genre musik pop dari Korea Selatan. Genre musik ini biasanya dibawakan oleh *boyband* dan *girlband* atau penyanyi solo dari Korea. Musik *Kpop* mempunyai pendengarnya sendiri dan sangat digandrungi oleh masyarakat muda karena penampilannya yang memukau dari para *boyband* maupun *girlband* mereka yang menjadi ikon dari Negara Korea Selatan tersebut.

D. *Boyband EXO*

EXO merupakan salah satu grup idola asal Korea Selatan yang dibentuk oleh S.M. Entertainment dan memulai debut pada awal tahun 2012. EXO hadir dengan sembilan anggota aktif dan menjalani serangkaian kegiatan hingga sekarang. Musik mereka memasukkan aliran seperti pop, hip-hop, dan R&B, dan baru-baru ini memasukkan aliran *electronic dance music*. EXO merilis serta membawakan musik dalam Bahasa Korea, Jepang, dan bahasa Mandarin.

II. METODE PENELITIAN

A. Paradigma Penelitian

Menurut Neuman dalam Manzilati (2017: 1) bahwa paradigma adalah kerangka pikir umum mengenai teori dan fenomena yang mengandung asumsi dasar, isu utama, desain penelitian, dan serangkaian metode untuk menjawab penelitian.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme menurut Guba dan Lincoln (2003: 48) adalah realitas hanya ada dalam konteks suatu kerangka kerja mental (konstruk) untuk berpikir tentang realitas tersebut. Konstruktivisme melihat suatu fenomena sosial yang terjadi sebagai suatu makna dan memilih makna bagi subjek yang melakukannya.

B. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus sebagai metode penelitiannya. Menurut Sugiono (2017: 205-206) mengatakan bahwa setiap penelitian baik penelitian kuantitatif maupun kualitatif selalu berangkat dari masalah. Sugiono juga menyampaikan bahwa teori kualitatif memandang suatu permasalahan bersifat tentative atau sementara dan akan berkembang atau berganti setelah peneliti berada di lapangan atau tempat penelitian.

Tipe studi kasus yang peneliti sedang teliti adalah menggunakan tipe studi kasus instrumental tunggal. Dalam studi kasus instrumental tunggal ini, peneliti memfokuskan pada isu atau persoalan tersebut. Menurut Stake dalam Creswell (2015: 139). Persoalan yang akan peneliti fokuskan dalam penelitian ini adalah konstruksi sosial anggota komunitas penggemar *boyband* EXO Jakarta untuk mengetahui proses bagaimana mereka bergabung dengan komunitas tersebut.

C. Informan Penelitian

Pemilihan informan dalam penelitian ini berdasarkan “pengambilan sampel bertujuan” (*purposive sampling*) yang dikemukakan oleh Sugiyono (2017: 85). Dalam bukunya, teknik ini digunakan untuk penentuan sampel

dengan pertimbangan tertentu. Didalam penelitian ini, informan kunci yang dipilih berdasarkan mereka yang masih aktif menjadi anggota komunitas *boyband* EXO sampai saat ini di Jakarta. Informan kunci adalah Fika, Andri dan Ajeng. Sedangkan untuk informan pendukung antara lain Aliya, Manda, dan Nadia.

D. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Yin (2002: 101) studi kasus didasarkan atas enam sumber bukti yang berlainan: dokumen, rekaman arsip, wawancara, pengamatan langsung, observasi, partisipan, dan perangkat-perangkat fisik. Dalam penelitian ini, peneliti mendapatkan hasil dari wawancara, observasi dan dokumentasi.

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan model Miles dan Huberman dengan beberapa tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Mereduksi data berarti merangkum atau memilih hal-hal yang penting, dicari pola dan temanya. Dalam penelitian ini, peneliti mereduksi serta memfokuskan kepada anggota komunitas penggemar *boyband* EXO yang berada di Jakarta saja. Dalam pengertian ini, peneliti akan fokus memperhatikan kegiatan para anggota komunitas *boyband* EXO ketika mereka berkumpul serta memperhatikan interaksi mereka.

2. Display Data (*Data Display*)

Penyajian data merupakan hasil dari reduksi data yang dihasilkan dengan laporan secara sistemik yang mudah untuk dibaca dan dipahami. Hal ini dapat memudahkan peneliti untuk memahami apa yang terjadi, untuk merencanakan penelitian selanjutnya yang sebelumnya sudah dipahami.

3. Verifikasi atau Penarikan Kesimpulan Miles dan Hubermann mengatakan kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah jika tidak menemukan bukti yang kuat. Tetapi jika kesimpulan yang dikemukakan di awal didukung oleh bukti yang valid serta konsisten saat peneliti menyimpulkan data lapangan, maka kesimpulan tersebut merupakan kesimpulan yang kredibel (Sugiyono, 2013: 252).

F. Uji Keabsahan Data

Teknik yang digunakan peneliti adalah teknik analisis triangulasi. Menurut Kriyantono (2012: 148-149) analisis triangulasi adalah menganalisis jawaban informan dengan meneliti kebenarannya dengan data empiris (sumber data lainnya) yang tersedia. Teknik triangulasi yang peneliti gunakan adalah triangulasi sumber. Triangulasi sumber adalah membandingkan serta mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda. Dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dengan cara membandingkan apa yang dikatakan oleh informan kunci dengan yang dikatakan oleh informan pendukung.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, peneliti akan menjelaskan hasil dan pembahasan berdasarkan wawancara dan observasi yang telah peneliti lakukan selama kurang lebih 2 bulan. Dalam penelitian ini, peneliti menemukan bahwa komunitas penggemar *boyband* EXO di Jakarta berkembang pesat salah satunya karena semakin pesatnya perkembangan *Kpop* di Indonesia, khususnya di Jakarta, banyak dari para penyuka *Kpop* ini mengekspresikan rasa cinta mereka terhadap idola mereka dengan berbagai cara, salah

satunya dengan membuat komunitas penggemar dari idola kesayangan mereka. Karena menjamurnya idola Korea seperti *boyband* dan *girlband*, mereka membuat komunitas untuk lebih menspesifikasikan idola mereka, maka terbentuklah salah satu komunitas *boyband* Korea yaitu komunitas penggemar *boyband* EXO atau yang memiliki sebutan EXO-L di Jakarta tersebut.

Pesatnya perkembangan globalisasi di Indonesia, khususnya di Jakarta, menjadi salah satu dari faktor utama dalam berkembangnya komunitas penggemar *boyband* EXO di Jakarta. Komunitas penggemar *boyband* EXO berkembang karena semakin meluasnya penyebaran musik *Kpop* di Indonesia, khususnya di Jakarta. Komunitas penggemar *boyband* EXO sendiri adalah suatu wadah para *fans* untuk mengekspresikan rasa cinta mereka dengan idola mereka.

Bersasarkan hasil wawancara dengan beberapa anggota komunitas penggemar *boyband* EXO ini, komunitas penggemar *boyband* EXO mula nya diperkenalkan kepada publik pada tahun 2014. EXO-L adalah nama yang diciptakan oleh sang leader EXO yaitu Suho. Semakin pesatnya perkembangan *Kpop* di masyarakat terutama para remaja, maka komunitas penggemar *boyband* EXO juga turut berkembang seiring dengan berjalannya waktu. Informasi yang peneliti dapatkan dari hasil wawancara, berkembangnya komunitas penggemar *boyband* EXO di Jakarta ini bisa dilihat dari *boyband* atau *girlband* yang terkenal lebih dahulu seperti Super Junior, SNSD, 2NE1, dan masih banyak lainnya, yang dapat diartikan bahwa komunitas *boyband* EXO ini memiliki perkembangan yang pesat hingga eksistensinya diakui oleh

banyak pihak dikalangan masyarakat Indonesia terutama orang-orang yang menyukai musik *Kpop* atau *Kpop-ers* khususnya di Jakarta.

Dari aktivitas yang dilakukan oleh para anggota komunitas penggemar *boyband* EXO ketika ada *event* atau beberapa bulan sekali berkumpul bersama. Suasana tegang kerap kali terjadi dikarenakan perbedaan karakter dari setiap individu, ada yang gampang untuk bergaul dengan sesama anggota namun ada juga yang agak susah bergaul dengan sesama anggota EXO-L lainnya. Hal ini terasa wajar terjadi karena mereka berkumpul dalam satu tempat dari berbagai umur, profesi, dan cara yang berbeda dalam mendekati diri dengan seseorang dan lingkungan baru. Walaupun suasana tegang kerap terjadi, ini hanya terjadi ketika mereka pertama kali bertemu satu sama lain. Ketika mereka sudah saling mengenal satu sama lain, maka mereka akan saling bergurau dan menjadi lebih dekat satu sama lain.

Para anggota komunitas penggemar *boyband* EXO sebelum bergabung dengan komunitas ini adalah seorang *Kpop-ers*. Dari hasil observasi peneliti, hampir semua anggota komunitas menyukai *Kpop* terlebih dahulu sebelum bergabung dengan komunitas penggemar *boyband* EXO. Dengan didasari dengan rasa suka mereka terhadap musik *Kpop* inilah yang akhirnya membuat mereka mengakhirinya dengan bergabung dengan salah satu komunitas *boyband* Korea yaitu komunitas penggemar *boyband* EXO atau EXO-L tersebut.

Dari hasil pengamatan peneliti, tahap pertama yaitu Eksternalisasi. Mereka pertama kali bergabung dengan komunitas tersebut biasanya akan melakukan penyesuaian diri. Penyesuaian diri yang dilakukan biasanya seperti memperkenalkan diri

dengan anggota lainnya. Setelah memperkenalkan diri mereka akan mulai berbincang-bincang dengan anggota lainnya walaupun masih terlihat sedikit canggung, akan tetapi kecanggungan itu tidak berlangsung lama. Ketika mereka sudah membicarakan mengenai *member* EXO atau saling *sharing* sesama EXO-L lain, kecanggungan itu perlahan hilang.

Lalu tahap selanjutnya adalah tahap Obyektivikasi. Dari hasil pengamatan peneliti, pada tahap ini mereka melakukan interaksi dengan sesama anggota komunitas penggemar *boyband* EXO lainnya.

Tahap terakhir yaitu tahap Internalisasi. Pada tahap ini para anggota mengidentifikasi diri mereka dengan komunitas mereka. Mereka mendapatkan kebiasaan-kebiasaan baru yang awalnya tidak mereka miliki, tetapi mereka dapatkan setelah mereka bergabung dengan komunitas tersebut. Mereka mengatakan bahwa kebiasaan baru yang mereka dapatkan setelah bergabung dengan komunitas EXO-L yaitu salah satunya adalah kebiasaan *streaming* video musik EXO, *voting* EXO di berbagai ajang penghargaan musik.

Kebiasaan lainnya adalah mereka jadi rajin menabung. Dari hasil pengamatan peneliti, setelah mereka bergabung di komunitas *boyband* EXO mereka jadi lebih rajin menabung untuk keperluan mereka sebagai penggemar. Sebelum mereka bergabung dengan komunitas penggemar *boyband* EXO, mereka susah sekali untuk menabung, setelah bergabung tidak sedikit dari mereka yang jadi rajin menyisihkan uang jajan mereka untuk menunjang kegiatan mereka sebagai penggemar.

Selanjutnya adalah kebiasaan mereka mengumpulkan album atau *merchandise* EXO. Dari hasil pengamatan peneliti, mereka mengakui bahwa mereka mengoleksi album dan *merchandise* EXO karena mereka ingin men-*support* idola mereka dengan membeli barang atau bentuk fisik seperti album dan *merchandise* yang di jual oleh idola mereka.

Dalam hasil wawancara peneliti dengan informan pendukung dalam penelitian ini. Mereka cukup dekat dengan key informan. Kriteria lamanya hubungan informan dan informan kunci kurang lebih 1 tahun. Peneliti menentukan lama waktu satu tahun karena dirasa dalam jangka waktu setahun, informan telah memiliki hubungan yang cukup dekat dengan informan kunci.

IV. SIMPULAN

Hasil dari penelitian ini peneliti menemukan bahwa anggota komunitas penggemar *boyband* EXO atau yang memiliki sebutan EXO-L ini mengalami tiga tahap yaitu, eksternalisasi, obyektivikasi, dan internalisasi. Proses pertama, dua dari tiga informan kunci tersebut mengetahui *Kpop* pertama kali nya sama-sama melalui YouTube sebelum akhirnya mereka mencari tahu sendiri dan selanjutnya mulai menggemari *Kpop* dan mereka juga mempunyai caranya masing-masing dalam mengenal salah satu *boyband Kpop* terkenal yaitu *boyband* EXO.

Proses selanjutnya mereka bergabung dengan komunitas penggemar *boyband* EXO serta melakukan penyesuaian diri dengan lingkungan baru mereka. Cara mereka menyesuaikan diri sama. Ketiga informan kunci tersebut mengatakan bahwa mereka menyesuaikan diri

dengan cara menyapa terlebih dahulu anggota komunitas lainnya guna dapat mendapatkan dri mereka supaya tidak terlalu terlihat canggung dan agar pikiran mereka dapat cepat bersatu dan merasa nyaman satu sama lain.

Tahap selanjutnya adalah obyektivikasi, yaitu proses interaksi yang terjadi didalam komunitasnya. Ketiga informan kunci melakukan berbagai interaksi dengan sesama anggota lainnya, seperti ketika mereka berkumpul, mengadakan suatu event tertentu bersama komunitas mereka, bersenda gurau, hingga interaksi yang terjadi diluar kelompok, misalnya hang out bersama, mengunjungi rumah masing-masing anggota sekedar untuk berkumpul dan lain sebagainya.

Tahap ketiga adalah tahap dimana mereka sudah dapat mengidentifikasi diri mereka terhadap kebiasaan-kebiasaan yang ada di komunitas tersebut. Kebiasaan baru mereka ini mereka dapatkan setelah mereka bergabung dengan komunitas mereka. Mereka secara sadar maupun idak sadar akan melakukan kebiasaan-kebiasaan yang sudah ada di komunitas mereka, misalnya seperti rajin menabung untuk keperluan mereka sebagai penggemar, streaming video musik EXO dan *voting* EXO di berbagai penghargaan acara musik, membeli album dan *merchandise* EXO menjadi bagian dari rutinitas komunitas mereka setiap idola mereka *comeback* atau merilis album baru sebagai *support* untuk idola mereka.

Dalam penelitian ini diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat meneliti konstruksi realitas sosial anggota komunitas *boyband* EXO di Jakarta dari segi interaksi yang terjadi di dalam komunitas tersebut. Hal ini perlu dilakukan untuk dapat mengetahui serta dapat memahami interaksi sosial di

dalam kelompok dan di luar kelompok mereka.

Peneliti sangat berharap dengan membaca penelitian ini, khususnya untuk para *Kpop*-ers, bisa memahami konstruksi realitas sosial anggota komunitas penggemar *boyband* EXO atau yang memiliki sebutan EXO-L dari sebelum mereka mengetahui *Kpop* sampai akhirnya mereka dapat mengidentifikasi diri mereka dengan komunitas mereka. Selain itu juga penelitian ini diharapkan agar pembaca bisa mengerti bahwa globalisasi memegang peran penting dalam masuknya budaya Korea di Indonesia hingga adanya komunitas penggemar *boyband* EXO ini. Sehingga nantinya penelitian tersebut akan bermanfaat bagi masyarakat maupun organisasi atau komunitas yang diteliti dan juga bagi pembaca.

DAFTAR RUJUKAN

- Ayunita, Tiara Putri. (2018). "Fanatisme Remaja Perempuan Penggemar Musik K-POP".
- Jurnal Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi, Vol. 02. No.01. Fitkom Universitas Pancasila hlm 676-677.
- Bungin, Burhan. (2008). *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Creswell, John W. (2014). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset (Memilih Di Antara Lima Pendekatan)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Liliwari, Alo. (2014). *Sosiologi & Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Manzilati, Asfi. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma, Metode, Dan Aplikasi*. Malang: UB Press.
- Setyarsih, Esty. 2016. "Hubungan Antara Fanatisme Penggemar Boyband Korea (Super Junior) dengan Solidaritas Sosial di Komunitas E.L.F Surakarta". *Jurnal Analisis Sosiologi* Oktober 2016, 5(2): 53-62 hlm. 57.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yin, Robert K. (2002). *Studi Kasus (Desain dan Metode)*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.