

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Fenomena K-Pop (*Korean Pop*) yang sedang *booming* di masyarakat kini merupakan salah satu dampak dari perkembangan teknologi yang semakin canggih, sehingga budaya Korea Selatan pun dengan mudah dapat disebarkan ke seluruh dunia dan menjadi sebuah globalisasi budaya. Globalisasi budaya tersebut tidak terlepas dari peran teknologi dalam pertukaran informasi antar budaya sehingga muncul beberapa budaya yang disukai oleh banyak orang di seluruh dunia yang dikenal sebagai budaya populer atau budaya pop. Budaya ini mencakup seluruh praktik kehidupan sehari-hari, mulai dari memasak, gaya berpakaian, olahraga, dunia hiburan, dll.

Salah satu batasan budaya menurut Williams adalah budaya sebagai suatu jalan hidup spesifik yang di anut baik oleh orang, periode, maupun oleh sebuah kelompok tertentu dalam masyarakat (Budiman, Hikmat 2002). Berdasarkan batasan tersebut, budaya dapat dianggap sebagai ciri yang dianut oleh kelompok tertentu dalam suatu masyarakat seperti halnya kebiasaan yang dianut oleh generasi saat ini yang mungkin tidak dikenal oleh generasi sebelumnya yaitu menggemari produk budaya Korea Selatan yang salah satunya adalah musik K-Pop.

Dalam perkembangannya budaya pop tidak hanya didominasi oleh negara-negara barat, tetapi juga oleh negara-negara di Asia salah satunya adalah Korea Selatan. Korea kini menjadi salah satu negara pengeksport budaya pop yang dikenal sebagai *korean wave/hallyu wave/K-Pop (Korean Pop)* yang sudah tidak asing di seluruh dunia saat ini. Indonesia sendiri saat ini sedang mengalami tren dunia hiburan yang berkiblat pada dunia hiburan Korea Selatan.

Gelombang Korea (*Korean wave*) ini awalnya dipicu oleh drama romantis Asia, yang salah satunya adalah drama korea. Hal ini membuat para remaja sampai dewasa mengenal K-pop (*Korean Pop*) dan mulai menyukainya bahkan menjadi fanatik. Industri hiburan Korea sendiri menyajikan *idol* yang dapat memanjakan mata dan telinga penonton dengan penampilan, wajah, musik, suara, dan talenta lainnya yang harus dimiliki oleh selebriti korea.

Korean wave sendiri mulai menerpa Indonesia pada tahun 2002 dengan drama seri Korea seperti *Endless Love, Full House, Winter Sonata*, dan sebagainya. Kesuksesan pengenalan budaya Korea Selatan pun didukung oleh industri musik yang menyajikan *genre* musik yang terdiri dari pop, *dance*, hip hop, *electro pop, rock, R&B, electric music*, juga merupakan gabungan dari menyanyi serta *dance* yang berasal dari Korea Selatan. Terlepas dari dampak yang akan terus berlanjut, K-Pop (*Korean Pop*) memang suatu fenomena tersendiri dalam dunia industri hiburan modern Korea. Dalam situasi dunia di mana pertukaran informasi terjadi hampir tanpa halangan apa pun, Korea

telah menjejakkan pengaruhnya di kawasan Asia. (Korea.net, *Exploring Korea*. 2010. <http://www.korea.net/exploring.do>). Indonesia sendiri menduduki peringkat keempat untuk penggemar terbanyak di seluruh negara dengan 6,5% dari jumlah penduduk Indonesia, setelah Korea Selatan sendiri, US (dengan 35,6%), dan Philipina (7,5%).

Idol grup maupun solo seperti Super junior, Girls Generation, CN.BLUE (*Code Name Burning Lovely Untouchable Emotional*), 2NE1 (*New Evolution of the 21st Century*), BEAST (*Boys of East Standing Tall*), SHINEE, Wonder Girls, BOA, EXO, dan banyak lainnya yang sangat terkenal serta memiliki banyak penggemar di negara-negara Asia Timur dan Asia Tenggara. Budaya pop ini beroperasi tidak hanya dibidang musik dan film saja, melainkan melalui *fashion* dan pertelevisian seperti *reality show*.

Seorang idola memiliki pengaruh tersendiri kepada setiap individu. Menurut psikolog Tika Bisono (2013), mengidolakan seseorang itu wajar. Jadi masyarakat tidak perlu merasa aneh ketika melihat dinding kamar seseorang dipenuhi dengan poster idolanya. Poster ini bahkan lebih banyak dibandingkan dengan foto keluarganya sendiri. Alasan seseorang menyukai idolanya dikarenakan oleh beberapa sebab, yaitu:

1. Menemukan *ideal self* dalam diri idola. Mengidolakan seseorang adalah cara individu untuk mencari jati diri. Idola yang di lihat pada layar kaca merupakan sosok yang terlihat sempurna. Dengan kata lain, sosok idola bakal menjadi *ideal self* untuk individu tersebut. Karena seorang idola

biasanya memiliki kelebihan yang tidak dimiliki oleh individu tersebut maupun orang lain disekitarnya.

2. Ingin seperti idola. Kelebihan idola yang mengagumkan membuat individu membandingkan antara diri sendiri dengan idolanya. Misalnya, ketika idolanya tersebut mahir bermain musik, maka individu menginginkan untuk mempunyai kemampuan yang serupa. Karena secara tidak sadar seseorang ingin disukai oleh banyak orang seperti idolanya tersebut.
3. Menemukan sosok impian. Seorang idola ditampilkan sebagai sosok yang tampan, cantik, ramah, dan multitalenta sehingga dikagumi banyak orang. Kemampuan tersebut membuat individu sangat menyukai sosok idolanya.
(dalam artikel Kecintaan Terhadap Idola, Kompasiana.com: M.Abdillah)

Seorang individu yang mengidolakan seseorang biasa disebut sebagai penggemar. Stereotip dari penggemar K-Pop sendiri dianggap selalu bersikap berlebihan, histeris, adiktif, dan konsumtif dalam menghambur-hamburkan uang untuk membeli *stuffs* (barang-barang) yang berkaitan dengan idolanya. Perilaku tersebut dilakukan oleh para penggemar sebagai bentuk loyalitas terhadap idolanya. Mereka tidak segan-segan mengeluarkan uang untuk membeli CD album *original* agar idolanya masuk ke dalam *chart* musik, menonton konser secara *live*, membeli atribut yang menunjukkan bahwa mereka adalah *K-Popers*, dan sebagainya. Perilaku-perilaku yang dilakukan oleh para penggemar K-Pop tersebut dapat menciptakan suatu gaya hidup baru dikalangan masyarakat kini.

Gaya hidup didefinisikan sebagai sekumpulan perilaku yang mempunyai arti bagi individu maupun orang lain pada suatu saat di suatu tempat, termasuk di dalam hubungan sosial, konsumsi barang entertainment, dan berbusana (Adler: 1929). Pengertian yang diungkapkan oleh Adler sejalan dengan Plummer (1983) yang mendefinisikan gaya hidup sebagai gambaran dari cara hidup individu yang di identifikasikan oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam hidupnya (ketertarikan) dan apa yang mereka pikirkan tentang dunia sekitarnya (dalam Kasali: 1998).

Seperti penelitian sebelumnya mengenai Gaya Hidup Penggemar K-pop (budaya korea) dalam mengekspresikan kehidupannya (studi kasus K-pop lovers di Surakarta) (Wulan P, 2013: 9) dengan hasil penelitian sebagai berikut:

- a. Penggemar K-pop di UKLI (United K-Pop Lovers Indonesia) Distrik Solo kebanyakan adalah anak sekolah (SMP, SMA) dan anak kuliah. Sedangkan untuk karakteristik khusus anggota UKLI adalah dilihat dari member ID yang mereka miliki. Untuk penampilan anggota UKLI ini berpakaian biasa seperti kebanyakan orang pada umumnya, tapi biasanya mereka penggemar K-Pop memakai jaket, kaos, atau aksesoris lainnya yang berlogokan dengan simbol boyband dan girlband idola mereka.
- b. Memilih K-Pop sebagai idola, bagi penggemar dari segi kemampuan vokal, tarian, dan juga wajah yang khas dari Korea. Bagi mereka, K-pop mampu menghadirkan gaya tersendiri dengan pelafalan yang khas dan

gerakan tarian yang energik dan berbeda dengan yang lain, sehingga K-Pop merupakan hiburan segar bagi penggemarnya. Selain itu, penampilan dari K-Pop totalitas dari segala aspek.

- c. Ekspresi dan gaya hidup penggemar K-Pop, beberapa perilaku atau aktivitas khas penggemar dalam mengekspresikan kegemaran terhadap K-pop terwujud melalui tingginya intensitas mendengar musik dan menonton musik video *boyband* dan *girlband* idola mereka, barang koleksi (CD *original*, lagu, musik video, *merchandise* dari *boyband* dan *girlband* K-Pop berupa jaket, kaos, topi, poster, dll), berekspresi melalui komunitas penggemar dengan bergabung dalam UKLI Distrik Solo, mengikuti *K-fest*, dan menonton konser K-Pop.

Pengekspresian dan gaya hidup penggemar K-Pop dari hasil penelitian sebelumnya menunjukkan, beberapa perilaku atau aktivitas khas penggemar dalam mengekspresikan kegemaran terhadap K-pop. Fenomena yang sama, diperoleh dari pengamatan awal dengan melakukan observasi dan wawancara tidak terstruktur yang dilakukan kepada beberapa penggemar K-pop dari komunitas K-Pop UIN Bandung (KUIN B), mereka menyatakan awalnya mereka menyukai K-pop karena dorongan ketika melihat temannya yang menyukai K-Pop membicarakan tentang idolanya yang membuat mereka penasaran, drama korea yang menyajikan cerita yang romantis dan sesuai dengan fantasi mereka, aktor/aktris yang berpenampilan menarik, serta multitalenta. Pengekspresian gaya hidup yang mereka lakukan terwujud melalui tingginya intensitas mendengar musik dan menonton

drama, musik video dari *boyband* dan *girlband* mereka, mengkoleksi barang-barang yang berkaitan dengan idola, menggunakan bahasa korea disela-sela pembicaraan, dan lain sebagainya. Kemudian, motif yang mendorong mereka untuk melakukan aktivitas yang berhubungan dengan K-Pop adalah motif yang didasari oleh motif kepuasan dan akan merasa lebih dekat dengan idolanya.

Seperti yang dikatakan oleh M (21) yang mulai menyukai K-Pop sejak tahun 2010 sejak beberapa tayangan di stasiun televisi nasional menyajikan mengenai drama-drama Korea. Menurut M, budaya pop Korea membuatnya kagum karena mampu membawa budaya tersebut ke kancah internasional terutama untuk musiknya dikarenakan tampilan menarik yang disajikan oleh aktor maupun aktris nya, multi talenta, sehingga tidak membosankan dan kualitasnya pun tidak dapat dipungkiri lagi.

Pengekspresian rasa suka terhadap K-pop ini tidak hanya dibuktikan dengan aktivitas K-Pop yang dilakukannya hampir setiap hari, seperti menonton drama, mendengarkan musik, berbahasa Korea disela pembicaraan bersama teman-temannya, melihat info terbaru melalui internet, mencoba makanan khas korea, dan lain-lain. Akan tetapi, M pun ikut bergabung dengan beberapa *fan base* seperti KUIN B, 2PM Hottest Bandung, dan Hansamo. Hal ini dikarenakan M menginginkan lebih banyak teman yang menyukai K-Pop sehingga dapat berbagi info mengenai K-Pop, mengikuti acara *gathering*, nonton konser, dan *event* lainnya bersama-sama. Walaupun interaksi yang dilakukannya untuk saat ini hanya bisa lewat teknologi seperti

media sosial dikarenakan kesibukannya sebagai mahasiswa semester akhir. Dia pun menyadari bahwa secara tidak langsung gaya penampilan maupun kesukaannya semua berhubungan dengan K-Pop.

Narasumber lainnya yaitu N (19), yang tergabung ke dalam KUIN B, BOICE BANDUNG dan BOICE INTERNASIONAL. N bergabung dengan komunitas-komunitas tersebut dikarenakan ingin mencari teman yang banyak dengan hobi dan kesukaan yang sama yaitu K-Pop. Sehingga dapat bertukar informasi tentang K-Pop terutama idolanya, membeli berbagai macam *stuff*, menonton *event* dan konser bersama, berbagi pengalaman ketika menonton konser, dan lain-lain.

Kecintaannya pada K-Pop tersebut tidak berhenti hanya dengan mengumpulkan *stuffs* akan tetapi N juga melakukan pengekspresian dengan mengikuti gaya penampilan K-Pop dari mulai pakaian, sepatu, dan aksesoris layaknya orang Korea Selatan. Bahkan karena kecintaannya akan K-pop, N juga mulai menyukai budaya Korea Selatan. Dia mulai mencoba menyukai makanan khas Korea Selatan yang dilihatnya dalam drama-drama seperti *Ramyun*, *kimchi*, *bulbogi*, *bimbibap*, dan sebagainya. Bahkan tak dapat dipungkiri selama kegiatan sehari-harinya N tidak dapat terlepas dari pengonsumsian budaya K-Pop. Tidak hanya dari makanannya saja, N juga menyukai pakaian tradisional Korea Selatan, menggunakan bahasa Korea disela-sela pembicaraannya dan sering mengatakan bahwa idolanya itu adalah suami atau pacarnya.

Tidak jauh berbeda dengan N, R (19) pun mengaku menyukai semua *girlband* dan *boyband* yang berada dalam naungan SM.Town terutama Super Junior, SNSD, dan EXO. Menurutnya, K-Pop itu sangat keren karena bukan hanya bermodalkan wajah tapi juga mempunyai *skill* dan bertalenta. R pun mengakui apabila dengan ikut bergabung ke dalam sebuah komunitas, dapat membantunya mengetahui lebih banyak informasi mengenai idolanya dan dapat berbagi video serta lagu-lagu dari group idolanya, kemudian identitas dari komunitas yang diikutinya menjadi identitas dalam diri R. Terbukti dengan R yang terkadang menggunakan atribut-atribut dari komunitasnya tersebut.

Dia mengaku sampai saat ini sudah mengumpulkan banyak *stuffs* yang berkaitan dengan idolanya tersebut. Bahkan dia rela diam berjam-jam menjelajah di dunia maya untuk mendapatkan informasi mengenai idolanya. R juga mengaku setiap ada konser, dia selalu menontonnya seperti KIMCHI, SS5, SM Town dan yang baru ini adalah GG Tour.

Sementara, narasumber lainnya yaitu Y (18), mengaku mulai menyukai K-pop karena melihat MV dari CN.BLUE yang berjudul “Love” yang diperlihatkan oleh temannya, dari saat itu Y menjadi tergabung ke dalam BOICE BANDUNG karena dapat membantunya untuk mencari informasi mengenai CN.BLUE serta mendapatkan lebih banyak teman *K-Popers* lainnya. Setelah masuk ke bangku kuliah dia pun mendapat informasi bahwa ada komunitas K-Pop, dan Y pun akhirnya bergabung ke dalam KUIN B.

Keikutsertaan nya ke dalam sebuah *fan base* menurut Y, membuatnya menjadi semakin suka dengan idolanya. Dia juga mengatakan bahwa BOICE itu yang terbaik selain karena idolanya yang multitalenta, para anggota BOICE juga pada baik-baik dibandingkan *fanbase* lainnya. Dikarenakan komunikasi yang bisa dilakukannya hanya lewat jejaring sosial maka Y tidak segan-segan untuk berjam-jam di depan laptop untuk berkomunikasi dengan anggota lainnya, berbagi *fashion* ala korea, menggunakan bahasa yang biasa digunakan oleh para penggemar K-Pop ketika pertama kali berkenalan seperti *annyeonghaseyo*, *intro* (yang berarti perkenalan nama), *bias* (idola), dan *line* (tahun kelahiran), dan sebagainya. Perilaku tersebut dilakukannya dikarenakan rasa puas yang timbul dan perasaan ada yang kurang apabila tidak melakukan aktivitas yang berkaitan dengan K-Pop.

(Wawancara tidak terstruktur dilakukan pada mahasiswa yang tergabung ke dalam KUIN B pada Maret 2014)

Bila dilihat dari wawancara tidak terstruktur yang dilakukan kepada anggota KUIN B, mereka merupakan salah satu penggemar dari budaya populer yaitu budaya Korea Selatan. Pengidolaan yang dilakukan oleh para penggemar tersebut dilakukannya dengan melakukan hal-hal yang berkaitan dengan idolanya, individu menjadi penggemar biasanya dikarenakan kemampuan dari idolanya yang multitalenta dan berpenampilan menarik.

Aktivitas K-Pop yang mereka lakukan didasari oleh keinginan mereka sendiri akan perasaan puas yang timbul setelahnya. Pengekspresian K-Pop sendiri sudah menjadi aktivitas yang tak bisa dihindari dalam kehidupan

sehari-hari, bahkan apabila penggemar tersebut sudah berada pada taraf fanatik maka apabila dalam satu hari tidak mendengarkan, menonton, atau mengonsumsi hal-hal yang berkaitan dengan K-Pop terasa ada yang kurang.

Kecintaan terhadap idolanya membuat mereka tidak segan-segan untuk menghabiskan waktu dan biaya yang tidak sedikit bagi kegiatan kegemaran mereka bersama para penggemar lainnya. Aktivitas yang mereka lakukan lebih berbicara mengenai kenikmatan yang dicapai sebagai pelampiasan akan hasrat atau perasaan rindu yang terpendam terhadap sang idola.

Rasa cinta mereka terhadap idolanya bukan hanya ditujukan melalui perilaku pengonsumsi yang dilakukannya, akan tetapi para penggemar sendiri bergabung atau bahkan membentuk sebuah *fan base* atau komunitas. Dalam K-Pop sendiri para penggemar akan bergabung atau mengumpulkan orang-orang yang mempunyai persepsi, hobi, rasa suka kepada idola yang sama, dan menunjukkan keeksistensian K-Pop di lingkungan mereka. Kemudian apabila individu tergabung ke dalam suatu komunitas yang memiliki idol yang sama maka disebut sebagai *fandom*.

Fandom sendiri memiliki nama yang berbeda-beda untuk mendukung idola seperti ELF (Everlasting Friends) untuk boy band Super junior, BOICE (Blue & Voice) untuk penggemar band CN.BLUE, B2UTY untuk BEAST, dan sebagainya. Para penggemar K-Pop tidak hanya membentuk sebuah *fan base* dengan *idol* yang sama akan tetapi ada juga yang membentuk komunitas didasarkan pada kesukaan yang sama yaitu budaya Korea Selatan, salah satunya adalah KUIN B.

Seorang penggemar yang merupakan makhluk sosial tidak lepas dari manusia lainnya, karena manusia perlu orang lain dalam kehidupannya. Manusia akan berkembang sebagai manusia apabila ia telah bergaul dengan manusia lain (Bouman 1956, dalam Gaos, 1995). Untuk memenuhi berbagai kebutuhan manusia terbentuk sebagai kelompok. Di lain pihak manusia itu memiliki potensi untuk memenuhi berbagai kebutuhan, namun potensi yang ada pada manusia yang bersangkutan terbatas sehingga manusia harus meminta bantuan kepada orang lain yang sama-sama hidup satu kelompok. Menurut Smith (Santoso, 2004) kelompok adalah suatu unit yang terdapat beberapa individu yang mempunyai kemampuan untuk berbuat dengan kesatuannya dengan cara dan atas dasar kesatuan persepsi.

Apabila dilihat dari hasil penelitian sebelumnya, penggemar K-Pop masuk ke dalam sebuah komunitas dan memiliki karakteristik khusus anggota UKLI adalah dilihat dari member ID yang mereka miliki. Untuk penampilan anggota UKLI ini berpakaian biasa seperti kebanyakan orang pada umumnya, tapi biasanya mereka penggemar K-Pop memakai jaket, kaos, atau aksesoris lainnya yang berlogokan dengan simbol *boyband* dan *girlband* idola mereka.

Tidak jauh berbeda dengan penelitian yang dilakukan pada UKLI, penggemar K-Pop yang tergabung ke dalam KUIN B pun, diketahui bahwa alasan mereka bergabung ke dalam sebuah *fan base* tersebut selain untuk mencari wadah untuk pengekspresian aktivitas sebagai *K-Popers*, para anggota KUIN B juga mencari teman yang mempunyai kesukaan dan hobi

yang sama sehingga dapat bertukar informasi mengenai K-Pop seperti album terbaru, video-video *reality show*, drama, musik, dsb. Hal lain yang dilakukan lainnya adalah menonton konser, *event cover dance and sing* bersama, menghadiri acara *gathering*, dan kumpul bersama ketika menghadiri *K-Fest*. Komunikasi yang mereka lakukan biasanya hanya melalui sosial media atau sesekali bertemu ketika akan menghadiri sebuah *event*.

Para penggemar K-Pop mempunyai cara sendiri dalam menunjukkan pada masyarakatnya jika identitas mereka sebagai penggemar K-Pop. Mereka menunjukkan simbol-simbol khusus baik dari gaya, gerak-gerik, bahasa yang digunakan dan sebagainya untuk dapat menunjukkan bahwa mereka adalah penggemar K-Pop. Identitas para penggemar yang ditunjukkan ketika mengikuti sebuah komunitas secara disadari atau pun tidak mempengaruhi gaya hidup para penggemar K-Pop melalui kesamaan persepsi mereka terhadap sesuatu. Untuk memperkuat identitas diri biasanya, seseorang akan mencari orang-orang yang memiliki pemaknaan yang sama terhadap suatu hal. Mereka akan lebih nyaman apabila bersama dengan orang-orang yang mempunyai banyak kesamaan dalam beberapa hal. Melalui K-Pop dapat ditegaskan adanya identitas pribadi dan kelompok, hal ini menciptakan dampak sosial dan ekonomi. Ini terlihat dengan munculnya komunitas penggemar musik K-Pop. Komunitas penggemar musik K-Pop muncul karena kesamaan selera dalam dunia musik populer Korea.

Tampilan berbeda dari satu kelompok dengan kelompok lainnya bisa merupakan penanda identitas. Seseorang ingin masuk ke sebuah kelompok pecinta musik biasanya akan meniru cara berpakaian dan *mode* rambut idolanya. Jika sebuah ciri khas lain muncul, maka atribut itu dikenakan sebagai ciri kebersamaan. Setiap kelompok penggemar memiliki ciri khas atau karakteristik tersendiri ketika mereka bersama-sama dalam menghadiri suatu event tertentu. Karakteristik yang terdapat dalam sebuah *fan base*/komunitas biasanya melekat pada diri individu tersendiri, hal ini bila dikaitkan dengan sebuah kelompok maka dapat dikatakan sebagai identitas sosial.

Kelompok penggemar sendiri muncul sebagai fenomena reaksi atas kegiatan konsumsi budaya yang telah dijadikan sebagai objek kesenangan. Ketika suatu individu menyukai suatu produk budaya dan dia menemukan kesamaan dengan individu lain, dari sana terbentuk kelompok penggemar. Didalam setiap *fan-base*, para penggemar ini berkelompok bukan hanya sekedar berkerumun saja akan tetapi mereka juga berbagi informasi mengenai idolanya, budaya, belajar bahasa, dan restoran khas Korea Selatan bersama-sama, dan lain sebagainya.

Kemudian Identitas sosial para mahasiswa yang tergabung ke dalam KUIN B akan terbentuk saat dimana orang yang pada awalnya mulai menyukai K-pop dan mulai mencari tahu kelompok apa yang termasuk dalam dirinya. Secara otomatis penggemar K-pop akan bergabung ke dalam komunitas tersebut yang tidak hanya khusus untuk menyukai satu idola saja

namun didalamnya membahas berbagai macam hal tentang K-Pop secara umum.

Teori identitas sosial sendiri berfokus pada individu dalam mempersepsikan dan menggolongkan diri mereka berdasarkan identitas personal dan sosial mereka (Jacobson: 2003). Identitas sosial merupakan definisi diri tentang siapa dirinya yang dapat dikonseptualisasikan ke dalam empat dimensi yaitu persepsi konteks antar kelompok, daya tarik *in-group*, keyakinan saling terkait, dan depersonalisasi (Jackson and Smith, 1999 dalam Barron and Byrne: 2003: 163).

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Identitas Sosial terhadap gaya hidup Penggemar K-Pop”. Diharapkan melalui penelitian ini dapat diketahui dengan jelas bagaimana pengaruh Identitas Sosial terhadap gaya hidup pada penggemar K-Pop.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan diteliti, diantaranya:

1. Apakah identitas sosial berpengaruh terhadap gaya hidup penggemar K-Pop yang tergabung ke dalam komunitas K-Pop di UIN Sunan Gunung Djati Bandung (KUIN B)?
2. Bagaimana identitas sosial penggemar K-Pop yang tergabung ke dalam komunitas K-Pop di UIN Sunan Gunung Djati Bandung (KUIN B)?

3. Seperti apakah gaya hidup penggemar K-Pop yang tergabung ke dalam komunitas K-Pop di UIN Sunan Gunung Djati Bandung (KUIN B)?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dalam penulisan ini untuk mengetahui data empirik mengenai:

1. Pengaruh identitas sosial terhadap gaya hidup penggemar K-Pop yang tergabung ke dalam komunitas K-Pop di UIN Sunan Gunung Djati Bandung (KUIN B).
2. Identitas sosial penggemar K-Pop yang tergabung ke dalam komunitas K-Pop di UIN Sunan Gunung Djati Bandung (KUIN B).
3. Gaya hidup penggemar K-Pop yang tergabung ke dalam komunitas K-Pop di UIN Sunan Gunung Djati Bandung (KUIN B).

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini mampu memberikan sumbangan pengetahuan bagi disiplin ilmu psikologi pada umumnya dan secara khusus dapat menambah khasanah ilmu pada bidang psikologi sosial dan psikologi lintas budaya. Hasil dari penelitian ini pula dapat dijadikan sebagai landasan berpikir untuk pengembangan penelitian sejenis yaitu pengaruh identitas sosial terhadap gaya hidup penggemar K-Pop.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini dapat memberikan tambahan informasi kepada semua kalangan terutama pada penggemar K-Pop mengenai pengaruh identitas sosial terhadap gaya hidup K-Pop. Untuk komunitas di UIN sendiri mampu memproduktifkan kegiatan-kegiatan *K-Popers* mereka menjadi lebih bermanfaat dengan mengadakan kursus atau seminar mengenai budaya populer Korea Selatan.

