



BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Baru-baru ini, Korea pada umumnya dan Korea Selatan pada khususnya, sedang ramai dibahas di Indonesia. Tidak sedikit anak-anak, remaja, hingga dewasa membicarakan Korea dengan berbagai fiturnya. Seperti musik, drama, pendidikan, makanan, objek wisata, dan segenap topik-topik lain yang menyangkut Korea. Meskipun virus-virus Korea Selatan sudah masuk ke Indonesia perlahan-lahan, tetapi baru-baru inilah bahasan mengenai Korea muncul dimana-mana. Demam Korea Selatan yang merajalela di kalangan remaja terutama dengan cepat tersebar melalui berbagai media.

Berbagai kosmetik, fashion, dan berbagai produk lainnya gencar melakukan promosi dengan iming-iming hadiah berbau Korea Selatan. Semisal tiket konser artis Korea Selatan, CD-CD album artis Korea Selatan, dan masih banyak lagi. Berbagai macam iklan tersebutpun disebarkan dalam berbagai media. Lewat televisi, radio, Koran, majalah, internet, dan sebagainya. Hal inilah yang menjadi salah satu penyebab cepatnya wabah Korea Selatan tersebar di Indonesia.

Konsep *boyband* dan *girlband* yang populer di Korea Selatan juga membangkitkan kembali gaya bermusik Indonesia. Seiring dengan budaya Korea Selatan, muncul berbagai *boyband* dan *girlband* yang bertemakan K-Pop. Perhatian khalayak Indonesia terhadap Korea Selatan seakan-akan



tidak dapat lepas. Setelah musik dan drama, Korea Selatan juga menyedot perhatian masyarakat dengan objek-objek wisata yang sangat menarik. Pendidikan dan makanan pun menjadi hal yang tak luput dari perhatian para penggemar Korea Selatan.

K-Pop sendiri adalah singkatan dari Korean Pop atau “musik pop Korea” yang kini telah menjadi candu bagi penggemar setia penyanyi dari Korea Selatan. Dengan bantuan *Korean Wave*, K-Pop menjadi mudah mewabah dimana-mana.¹ Seiring dengan tersebarnya musik K-Pop seluruh penjuru dunia, geliat K-Pop belakangan menampilkan pesona dan pengaruh mereka. Penggemar K-pop yang atau kepanjangan dari Korean Pop ini semakin merajalela di belahan dunia manapun. Menurut sebuah hasil statistik, jumlah penggemar budaya pop Korea yang dikenal sebagai *hallyu* atau *Korean Wave* mencapai 3,3 juta yang tersebar di 20 wilayah dunia. Tidak terkecuali di Indonesia, penggemar K-Pop mulai mengelompokkan diri. Demam Hallyu yang dipicu oleh popularitas musik dan drama Korea. Bahkan saat ini di Indonesia produsen fashion juga mulai membidik *Korean style* sebagai salah satu model pakaian. Bahkan beberapa Media Massa menjadikan *Hallyu* sebagai salah satu kolom beritanya seperti yang dilakukan oleh redaksi Deteksi, Jawa Pos.²

Masyarakat Indonesiapun enggan kalah dengan masyarakat belahan dunia lainnya, para penggemar K-Pop di Indonesia pun

¹Shafira Banyugiri, *Korean Chingu*, (Jakarta, PT. Tangga Pustaka, 2012), hlm.98

²Kompasiana dalam <http://fiksi.kompasiana.com/drama/2012/06/16/fenomena-korea-di-indonesia/> diakses Senin, 15 oktober 2012 19.00



membentuk berbagai komunitas penggemar K-Pop. Mereka membentuk komunitas penggemar baik berdasarkan manajemen artis masing-masing maupun K-Pop secara keseluruhan. Jumlah *fans* K-Pop di Indonesia yang sangat banyak. Penyebutan sangat banyak bisa dilihat dari kemunculan beberapa kelompok penggemar yang tumbuh, terutama di dunia maya. Sejak tahun 2010, fans K-Pop di Indonesia mulai terlihat aktif dalam berbagai kegiatan-kegiatan *fans*, baik dunia maya (bermunculan banyak sekali forum atau komunitas *fans* grup Indonesia) dan juga dunia nyata (banyak diadakannya gathering-gathering).³

Komunitas merupakan sebuah kelompok. Komunitas terbentuk ketika dua atau tiga orang bahkan lebih berkumpul karena mempunyai keinginan, hobi, dan cita-cita yang sama. Sebuah komunitas penggemar K-Pop terbentuk karena mereka sama-sama mencintai K-Pop. Kecintaan ini diapresiasi dengan berbagai cara seperti menonton konser bersama, membuat *event* yang berhubungan dengan K-Pop dan sebagainya. Dalam sebuah komunitas, sudah pasti mereka akan menggunakan komunikasi Kelompok. Komunikasi kelompok (*group communication*) termasuk komunikasi tatap muka karena komunikator dan komunikan berada dalam situasi saling berhadapan dan saling melihat. Komunikasi kelompok adalah komunikasi dengan sejumlah komunikasi. Karena

³Kompasiana dalam <http://fiksi.kompasiana.com/drama/2012/06/16/fenomena-korea-di-indonesia/> diakses Senin, 15 oktober 2012 19.00



jumlah komunikasi itu menimbulkan konsekuensi, jenis ini diklasifikasikan menjadi komunikasi kelompok kecil dan kelompok komunikasi besar.⁴

Sebagai sample peneliti mengambil beberapa subjek yakni komunitas penggemar K-Pop di Surabaya dan Malang, Surabaya sendiri memiliki banyak komunitas-komunitas penggemar K-Pop begitu juga dengan Malang. Akan tetapi peneliti akan mengambil sample dari 2 komunitas di Surabaya dan 2 Komunitas di Malang yang saling berkesinambungan, antaralain :

1. Komunitas KLOSS Surabaya yakni komunitas penggemar seluruh hal tentang korea yang menyatukan seluruh pecinta musik, drama dan budaya Korea tanpa membedakan fandom di Surabaya
2. Komunitas YG FAMZ Surabaya yakni komunitas penggemar K-Pop yang menyatukan fandom-fandom yang tergabung dalam YG Entertainment di Surabaya
3. Komunitas KFM Malang yakni komunitas penggemar seluruh hal tentang korea yang menyatukan seluruh pecinta musik, drama dan budaya Korea tanpa membedakan fandom di Malang

⁴Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung, PT. Remaja Rosdakarya, 1986.), hlm. 8



4. Komunitas YG FAMZ Malang yakni komunitas penggemar K-Pop yang menyatukan fandom-fandom yang tergabung dalam YG Entertainment di Malang

Dalam hal ini komunitas YG Famz Surabaya adalah bagian dari Korea Lovers Surabaya (KLOSS) dan YG Family for Malang merupakan bagian dari K-Pop Fandom Malang (KFM) sehingga yang akan diteliti disini adalah 2 komunitas yaitu KLOSS dan KFM. Untuk meraih visi dan misi komunitas serta eksistensi mereka komunitas-komunitas tersebut perlu melakukan proses komunikasi baik didalam kelompok maupun antar kelompok. Setiap komunitas tentunya memiliki cara masing-masing untuk berkomunikasi baik didalam kelompok maupun antar kelompok baik dalam memecahkan masalah dalam kelompok ataupun ketika sedang membuat suatu acara komunitas sendiri ataupun untuk bekerjasama antar kelompok. Dengan adanya permasalahan ini maka peneliti tertarik untuk meneliti proses komunikasi internal kelompok maupun eksternal kelompok antara komunitas penggemar K-Pop antar kota.

B. Fokus Penelitian

Tujuan perumusan Masalah adalah untuk memberikan batasan pada lingkup pada pembahasan masalah yang akan diteliti, sehingga diharapkan output pemecahan masalah tidak menyimpang dari lingkup permasalahan. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dikemukakan perumusan masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut:



1. Bagaimana proses komunikasi internal kelompok penggemar K-Pop di Surabaya dan Malang?
2. Bagaimana proses komunikasi antar kelompok penggemar K-Pop di Surabaya dan Malang?

C. Tujuan penelitian

Dengan mengacu pada latar belakang dan perumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Memahami dan mendeskripsikan proses komunikasi internal dan eksternal kelompok penggemar K-Pop di Surabaya dan Malang
2. Mengetahui dan mendeskripsikan proses komunikasi antar kelompok penggemar K-Pop di Surabaya dan Malang

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu bermanfaat baik dari segi teoritis maupun segi praktis, sehingga dapat bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat dalam penelitian ini.

1. Secara teoritis
 - a. Bagi peneliti ini merupakan wadah untuk mempertajam daya kritis dan nalar dalam menghadapi permasalahan pada proses dan system sifat komunikasi kelompok penggemar K-Pop di Surabaya dan Malang baik internal maupun internal komunitas.
 - b. Secara akademik, penelitian ini akan disumbangkan pada Fakultas Dakwah Iain Sunan Ampel Surabaya khususnya Prodi Ilmu



Komunikasi guna memperkaya khasanah penelitian dan sumber bacaan.

2. Secara praktis

- a. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk refrensi ilmiah bagi anggota komunitas penggemar K-pop dalam membangun proses komunikasi kelompok dan antar kelompok.
- b. Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan refrensi dan evaluasi bagi komunitas penggemar K-Pop dalam menerapkan proses dan dinamika komunikasi kelompok antar anggota dan komunitas lain, sehingga akan tercipta komunikasi yang lebih baik.

E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

Tabel 1.1 Tabel kajian Penelitian Terdahulu

Sasaran Penelitian	Penelitian Terdahulu	
	1	2
Nama Peneliti	Imaniar Sri Muriyati (B06208076)	Nasukhah (B76208095)
Judul	Komunikasi Komunitas Hijabee Surabaya	Pola Komunikasi Antar Komunitas Film indie di Surabaya
Jenis Karya	Skripsi	Skripsi
Tahun Penelitian	2012	2012
Metode Penelitian	Kualitatif	Kualitatif

Hasil Temuan Penelitian	Proses komunikasi komunitas Hijabee Surabaya menggunakan Pola Strukturasi adaptif. Simbolisasi yang dilakukan komunitas Hijabee Surabaya dengan menggunakan “Bees” (verbal) dan berpelukan disertai cium pipi kanan dan pipi kiri (non-verbal). Menjadi penanda identitas kelompok dan kedekatan emosional.	Proses komunikasi yang terjadi antar komunitas film Indie satu dengan yang lainnya berbeda. Perbedaan komunikasi tersebut dapat dilihat dari paparan masing-masing komunitas. Komunikasi mereka lancar, walaupun ada beberapa kendala komunikasi, namun mereka semua tetap berusaha mengembangkan dan mempertahankan komunikasi satu sama lain. Dinamika antar komunitas film Indie di Surabaya mengalami keteraturan dan semakin menunjukkan kearah peningkatan atau kemajuan dalam berkomunikasi satu sama lain.
Tujuan Penelitian	1. Mendeskripsikan bagaimana proses komunikasi anggota dengan anggota hijabee Surabaya	1. Mengetahui proses komunikasi kelompok antar komunitas film indie di Surabaya 2. Untuk mengetahui dinamika



	2. Mendeskripsikan proses komunikasi anggota dengan pengurus yang terjadi dalam komunitas Hijabee Surabaya 3. Untuk memahami dan mendeskripsikan tentang simbol-simbol komunikasi (verbal/non-verbal) yang digunakan komunitas Hijabee Surabaya dalam berkomunikasi.	komunitas kelompok antar komunitas film indie di Surabaya.
Perbedaan	Imaniar menggunakan Komunitas Hijabee sebagai subjek penelitian dan juga meneliti tentang simbol-simbol yang digunakan oleh komunitas Hijabee Surabaya untuk berkomunikasi baik secara verbal maupun non-verbal. Sedangkan peneliti menggunakan komunitas penggemar K-pop sebagai subjek penelitian selain itu peneliti juga meneliti tentang	Nasukhah menggunakan komunitas Film Indie Surabaya sebagai subjek penelitian sedangkan peneliti menggunakan Komunitas penggemar K-Pop di Indonesia sebagai subjek penelitian.

	proses komunikasi kelompok komunitas penggemar K-Pop di Indonesia.	
--	--	--

F. Definisi Konsep

Untuk menghindari konsep permasalahan terlalu luas, maka peneliti membatasi uraian konsep yang akan dijadikan tema penelitian yakni tentang konsep komunikasi kelompok penggemar K-Pop di Indonesia

1. Komunikasi Kelompok

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut (Deddy Mulyana, 2005). Kelompok ini misalnya adalah keluarga, kelompok diskusi, kelompok pemecahan masalah, atau suatu komite yang tengah berapat untuk mengambil suatu keputusan.⁵ Dalam komunikasi kelompok, juga melibatkan komunikasi antarpribadi. Karena itu kebanyakan teori komunikasi antarpribadi berlaku juga bagi komunikasi kelompok.

⁵debyherlinda's blog dalam <http://debyherlinda.blogspot.com/2012/05/komunikasi-kelompok.html>, diakses Senin, 25 Desember 2012 05.00 WIB

Komunikasi kelompok (*group communication*) termasuk komunikasi tatap muka karena komunikator dan komunikan berada dalam situasi saling berhadapan dan saling melihat. Komunikasi kelompok adalah komunikasi dengan sejumlah komunikasi. Karena jumlah komunikan itu menimbulkan konsekuensi, jenis ini diklasifikasikan menjadi komunikasi kelompok kecil dan kelompok komunikasi besar. Dasar pengklasifikasiannya bukan jumlah yang dihitung secara matematis, melainkan kesempatan komunikan dalam menyampaikan tanggapannya.⁶

a. Komunikasi kelompok kecil

Suatu situasi komunikasi dinilai sebagai komunikasi kelompok kecil (*small group communication*) apabila situasi komunikasi seperti itu dapat diubah menjadi komunikasi antarpersona dengan setiap komunikan. Dengan kata lain perkataan, antara komunikator dengan setiap komunikan dapat terjadi dialog atau Tanya jawab. Dibandingkan dengan komunikasi antarpersona, komunikasi kelompok kecil kurang efektif dalam mengubah sikap, pendapat, dan perilaku komunikan tidak mungkin dikuasai seperti halnya pada komunikan komunikasi antarpersona.

⁶Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung, PT. Remaja Rosdakarya, 1986), hlm. 8

Dibandingkan dengan komunikasi kelompok besar, komunikasi kelompok kecil lebih bersifat *rasional*. Ketika menerima suatu pesan dari komunikator, komunikan menanggapi dengan lebih banyak menggunakan pikiran daripada perasaan.⁷

b. Komunikasi kelompok besar

Suatu situasi dinilai sebagai komunikasi kelompok besar (*large group communication*) jika antara komunikator dan komunikan sukar terjadi komunikasi antarpersona. Kecil kemungkinan untuk terjadi dialog seperti pada komunikasi kelompok kecil. Pada situasi seperti ini komunikan menerima pesan yang disampaikan komunikator lebih bersifat *emosional*. Lebih-lebih jika komunikan heterogen atau beragam.⁸

Dalam Konteks penelitian ini Komunikasi Kelompok yang dimaksud adalah Komunikasi di dalam Komunitas Penggemar K-Pop dalam lingkup proses dan dinamika Komunikasi kelompok.

2. Penggemar K-Pop di Indonesia

Penggemar berasal dari kata “Gemar” yang berarti menyukai atau suka sekali terhadap sesuatu. Sedangkan Penggemar adalah orang yang sangat menyukai sesuatu, semisal pada kesenian atau barang-barang tertentu yang menurutnya mempunyai

⁷Ibid hlm.8-9

⁸Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung, PT. Remaja Rosdakarya, 1986), hlm.9

karakteristik yang dapat menggugah hatinya. Penggemar dapat diklasifikasikan lagi dengan penggemar biasa atau penggemar fanatik. Penggemar biasa hanya menyukai sesuatu hal tanpa harus berlebihan dan selalu ingin memilikinya, berada didekatnya, dan melakukan segala hal untuk mendapatkan yang ia sukai. Sedangkan penggemar fanatik adalah penggemar-penggemar yang rela melakukan apa saja demi mendapatkan apa yang disukainya atau idolanya. Penggemar fanatik inilah yang biasanya berkelompok membuat Komunitas yang beanggotakan orang-orang dengan kegemaran yang sama.

K-Pop adalah singkatan dari Korean Pop atau “musik pop Korea” yang kini telah menjadi candu bagi penggemar setia penyanyi dari Korea Selatan. Dengan bantuan Korean *Wave*, K-Pop menjadi mudah mewabah dimana-mana.⁹ Dalam hal ini peneliti meneliti beberapa komunitas penggemar K-Pop di Surabaya dan Malang yaitu, YG Famz Surabaya, Kloss Surabaya, KFM Malang dan YG Famz Malang.

1. KLOSS

KLOSS atau singkatan dari “Korea Lovers Surabaya” resmi dibentuk pada tanggal 14 September 2010. KLOSS berusaha menjadi tempat untuk menyalurkan kreativitas maupun ide-ide unik para K-lovers. K-Lovers adalah seluruh pencinta semua

⁹Shafira Banyugiri, *Korean Chingu*, (Jakarta, PT. Tangga Pustaka), hlm.98



tentang Korea, baik itu musik pop Korea atau K-Pop, drama Korea atau K-drama, sampai yang mencintai dan mengagumi budaya Korea. Tujuan KLOSS sendiri adalah Memberikan kesempatan pada K- lovers untuk menyampaikan dan menyalurkan ide, kreatifitas hingga bakat mereka yang didedikasikan pada K-pop, K-drama, serta budaya Korea, menciptakan komunitas dengan suasana yang bersahabat dan semangat kekeluargaan.

KLOSS memiliki beberapa komunitas yang bernaung dibawahnya salah satunya ialah YG FAMZCLUB adalah Grup untuk para YG Stands Surabaya dan sekitarnya.YG adalah nama manajemen yang menaungi beberapa artist K-Pop seperti Big Bang,2NE1, dan sebagainya sedangkan Famz adalah singkatan dari Family. Merupakan wadah VIP, Blackjack, LuckySe7en, High-Skool, dan sebagainya untuk menambah teman, bertukar informasi dan ikut berpartisipasi dalam setiap kegiatan adalah misi mereka.YG FAMZCLUB yang terbentuk pada tanggal 30 Juli 2011 saat K-Pop day with STALK. Tujuan YG FAMZCLUB yakni menyediakan wadah kreatifitas para YG Stands , tanpa memandang perbedaan fandom karena pada hakekatnya YG Stands merupakan 1 keluarga yang utuh, merupakan wadah utama pembangun semangat minat dan bakat para YG Stands, menjalin persahabatan dengan berbagai



fandom dari management lain dengan mengutamakan rasa persaudaraan, Selalu memberikan inovasi dalam tiap projectnya.

2. K-Pop Fandom Malang

KFM Malang merupakan singkatan dari K-Pop Fandom Malang. KFM berdiri sekitar Januari 2011 yang memiliki tujuan untuk mewadahi seluruh penggemar K-Pop tanpa membedakan manajemen artis ataupun artis K-Pop untuk penggemarnya di Malang. Awalnya pendiri KFM mengikuti komunitas yang bernama UKLI atau singkatan dari United K-Pop Lovers yang memiliki tujuan untuk mewadahi seluruh penggemar K-Pop hingga bisa menghasilkan acara demi acara juga dapat mengundang artis K-Pop akan tetapi seiring perjalanannya UKLI tidak dapat melaksanakan visi-misinya sehingga pendiri KFM mengundurkan diri dan akhirnya membentuk KFM yang memiliki visi dan misi yang hampir sama dengan UKLI.

KFM memiliki beberapa komunitas yang bernaung dibawahnya salah satunya adalah YG Family for Malang. YG Family for Malang lahir pada 15 Mei 2011 saat event K-pop Dance Rebellion untuk mewadahi para fans Big Bang, 2NE1 dan artist-artist dibawah manajemen YG Entertainment di wilayah Malang raya. YG Family for Malang memiliki dua subgrup yaitu Big Bang is VIP Malang dan Blackjack Malang.

Dua subgroup tersebut awalnya sudah ada sebelum terbentuknya YG Family for Malang. Bigbang is VIP Malang sudah ada sejak 2010, sedangkan Blackjack Malang sudah ada sejak awal 2011. Namun, karena masa sedikit dan kebanyakan dari Blackjack adalah VIP, maka para admin dari masing-masing grup sepakat untuk menggabungkan diri menjadi YG Family for Malang. YG Family for Malang adalah grup Family pertama di Malang.

G. Kerangka Pikir Penelitian

Setiap penelitian memerlukan kejelasan titik tolak atau landasan berpikir dalam memecahkan atau menyoroti masalahnya. Untuk itu, perlu disusun kerangka teori yang memuat pokok-pokok pikiran yang menggambarkan dari sudut mana masalah penelitian akan disoroti. Dalam penelitian ini, teori yang dianggap relevan adalah teori komunikasi organisasi tradisi Sibernetika yaitu teori jaringan.

1. Teori Komunikasi Organisasi

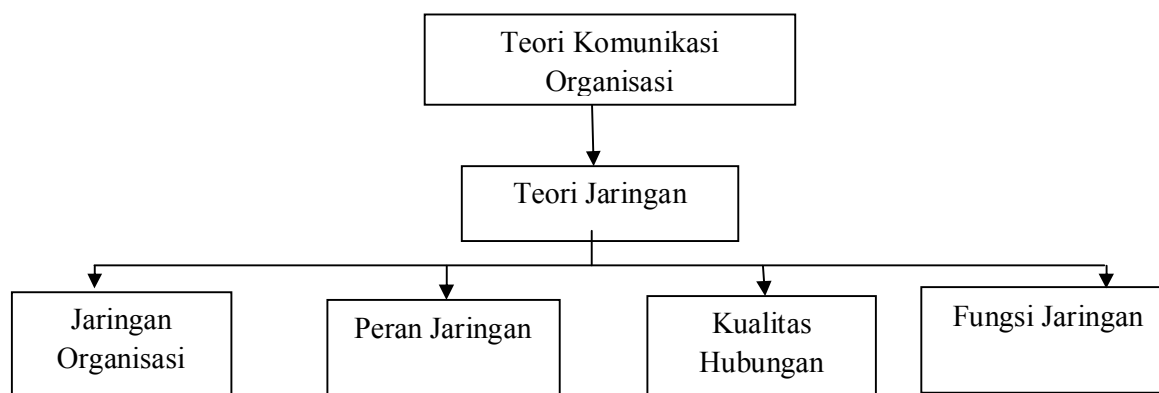
Komunikasi organisasional dapat dapat dianggap sebagai bidang yang mengonseptkan organisasi sebagai kerjasama yang dicapai secara simbolis. Manusia terhubung dengan orang lain dalam semacam susunan yang memberikan bentuk organisasional. Akan tetapi bentuk bukan sekedar garis-garis penghubung pada bagan organisasional.

a. Teori Jaringan

Jaringan atau *network* yang merupakan ide dari ***Peter R.Monge dan Noshir S.Contractor*** didefinisikan sebagai *social structures created by communication among individuals and groups* (struktur sosial yang diciptakan melalui komunikasi diantara sejumlah individu dan kelompok). Ketika orang berkomunikasi dengan orang lain, maka terciptalah hubungan (*link*) yang merupakan garis-garis komunikasi dalam organisasi. Sebagian dari hubungan termasuk struktur dalam organisasi sebagaimana dikemukakan Weber sebelumnya. Namun, jaringan formal pada dasarnya mencakup hanya sebagian dari struktur yang terdapat pada organisasi selain jaringan formal, terdapat juga jaringan informal (*emergent network*) yang merupakan saluran komunikasi nonformal yang terbentuk melalui kontak atau interaksi diantara anggota organisasi setiap harinya.¹⁰

¹⁰Morrison, *Teori Komunikasi Organisasi*, (Bogor, Ghalia Indonesia, 2009), hlm.50

Sehingga dapat digambarkan bahwa teori yang akan digunakan dalam penelitian sebagai berikut :



Bagan 1.1 Kerangka Pikir Penelitian

Keterangan :

Dalam teori jaringan dapat mengetahui dan menganalisis bagaimana cara anggota-anggota dalam menjalin hubungan komunikasi, bagaimana sifat suatu jaringan, bagaimana pola suatu kelompok jaringan dan bagaimana kualitas suatu kelompok melalui analisis jaringan organisasi, peran jaringan, kualitas hubungan dan fungsi jaringan. sehingga dapat diketahui bagaimana proses komunikasi kelompok dan antar kelompoknya.

H. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan jenis penelitian

Dalam penelitian yang mengangkat tentang komunikasi kelompok penggemar K-Pop di Indonesia ini akan menggunakan jenis metode

pengkajian dengan pendekatan kualitatif dengan tipe atau jenis riset *deskriptif*. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa perkataan atau lisan yang diarahkan pada latar belakang dan individu secara holistik. penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau *sampling* bahkan populasi atau samplingnya sangat terbatas. Riset ini bersifat subjektif dan hasilnya lebih kasuistik bukan untuk digeneralisasikan. Dengan riset ini dapat dibuat bersamaan atau sesudah riset. Desain dapat berubah atau disesuaikan dengan perkembangan riset.¹¹

Jenis riset deskriptif bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Periset sudah memiliki konsep dan kerangka konseptual, periset melakukan operasionalisasi konsep yang akan menghasilkan variabel beserta indikatornya. Riset ini menggambarkan realitas yang terjadi tanpa menjelaskan hubungan antar variabel.¹²

Peneliti memilih jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif karena mengingat penelitian Komunikasi kelompok penggemar K-Pop di Indonesia membutuhkan pendalaman secara personal dan lebih mendalam dengan berbagai wawancara untuk mengetahui situasi

¹¹Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta, Kencana Prenada Media Group, 2009) hlm. 56

¹² Ibid

sebenarnya. Yakni dengan metode wawancara mendalam (*Depth Interviews*). Metode riset ini peneliti melakukan kegiatan wawancara tatap muka secara mendalam dan terus-menerus (lebih dari satu kali) untuk menggali informasi dari responden.

Selain *Depth Interview* peneliti juga menggunakan wawancara semistruktur (*Semistruktur Interview*) yakni dengan menyediakan daftar pertanyaan tertulis tapi memungkinkan untuk menanyakan pertanyaan-pertanyaan secara bebas, yang terkait dengan permasalahan. Atau wawancara ini biasa disebut dengan wawancara terarah atau wawancara bebas terpimpin. Artinya wawancara akan dilakukan secara bebas, tapi terarah dengan tetap berada pada jalur pokok permasalahan yang akan ditanyakan dan telah disiapkan terlebih dahulu.¹³

2. Subyek, Obyek dan Lokasi Penelitian

a. Subyek Penelitian

Dalam hal ini, subyek penelitian adalah ketua dan anggota dari Komunitas Penggemar K-pop di Surabaya yaitu YG Famz Surabaya yang merupakan bagian dari KLOSS dan KLOSS (*K-Pop Lovers Surabaya*), serta penggemar K-Pop di Malang yaitu YG Family for Malang yang merupakan bagian dari KFM dan KFM (*K-Pop Fandom Malang*).

¹³ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta, Kencana Prenada Media Group, 2009), hlm. 99-100

b. Obyek Penelitian

Obyek penelitian disini adalah *proses komunikasi* dalam kelompok dan antar kelompok. Proses Komunikasi adalah jalannya proses komunikator kepada komunikan, Maka dengan adanya objek tersebut diharapkan akan diketahui bagaimana proses komunikasi kelompok dan antar kelompok penggemar K-pop di Indonesia.

c. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian diambil di Surabaya dan Malang. Sebagai daerah asal komunitas penggemar K-pop berada.

3. Jenis dan Sumber Data

- a. Jenis data yang digunakan ada dua macam data primer dan data sekunder. Data primer di peroleh dari hasil *wawancara semistruktur* yang dilakukan pada anggota komunitas penggemar K-Pop di Surabaya yakni Komunitas YG Famz Surabaya dan KLOSS juga di Malang yakni YG Family for Malang dan KFM dilanjutkan dengan wawancara yang dilakukan secara mendalam dengan menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang sifatnya terbuka dan berkembang, serta adanya observasi sebelumnya. Sedangkan data sekunder diperoleh berdasarkan dari bahan bacaan atau disebut data penunjang berupa bukti dan catatan data yang telah disusun. Dan adanya studi keperpustakaan yaitu kumpulan data, buku, karya ilmiah dan lain-lain.

- b. Sumber data yang digunakan ada dua macam data primer dan data skunder. Data primer sendiri merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumber asli, dan tidak melalui media perantara. Data primer dapat berupa opini subyek secara individu dan kelompok, kejadian, kegiatan, hasil pengujian dan hasil observasi. Sedangkan sumber data skunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung atau melalui media perantara. Sehingga penelitian dapat menyelesaikan suatu penelitian dengan baik, karena didukung oleh data-data yang mendukung dari buku-buku yang sudah dipublikasikan.

4. Tahap-tahap Penelitian

a. Tahapan Pra Lapangan

Dalam tahapan ini peneliti berusaha menyusun rencana penulisan dengan memilih lokasi penelitian, fenomena yang ada dilapangan dan memilih informasi yang terlihat langsung dilapangan. Ada beberapa kegiatan yang dilakukan oleh peneliti:

1) Rencana Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan berangkat dari permasalahan dalam lingkup peristiwa yang sedang terus berlangsung dan bisa diamati serta diverifikasi secara nyata pada saat berlangsungnya penelitian. Peristiwa-peristiwa yang diamati dalam konteks kegiatan orang-

orang/organisasi. Peneliti merencanakan tema atau topik yang akan diteliti. Kemudian menyusun outline penelitian guna memudahkan kegiatan selanjutnya.

2) Menelusuri Latar Belakang

Peneliti melakukan observasi tentang tema atau topik yang akan diteliti di lokasi yang ditentukan. Kemudian melihat fenomena yang ada yang akan dijadikan fokus penelitian.

3) Meneliti Informasi Yang Akan Membantu Kegiatan

Peneliti mencari informasi sebanyak-sebanyaknya baik itu dari buku-buku, jurnal penelitian terdahulu yang akan membantu dalam tahap pekerjaan lapangan nantinya.

b. Tahapan Pekerjaan Lapangan

1) Memahami Latar Penelitian

Peneliti memahami lokasi penelitian dengan mengidentifikasi khalayak yang akan dijadikan penelitian. Sesuai dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian, maka dipilih lokasi penelitian yang digunakan sebagai sumber data. Selain didasarkan pada rekomendasi-rekomendasi dari pihak yang terkait juga melihat dari keragaman masyarakat yang berada di sekitar tempat yang menempatkan perbedaan dan kemampuan potensi yang dimilikinya

2) Memasuki Lapangan

Peneliti terlebih dulu akan mengurus perizinan dari pihak yang bersangkutan. Dengan perizinan yang dikeluarkan akan mengurangi sedikitnya ketertutupan lapangan atas kehadiran kita sebagai peneliti. Dan ketika mensosialisasikan diri di lapangan, ada hal penting lainnya yang yaitu menentukan patner kerja yang dapat memberikan informasi banyak tentang keadaan lapangan.

3) Mengumpulkan Data

Peneliti terjun secara langsung ke lapangan untuk mengumpulkan sejumlah informasi dan data-data yang dibutuhkan.

5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data ini, peneliti menggunakan beberapa teknik antara lain:

a. Observasi

Observasi merupakan suatu pengamatan baik yang dilakukan individu maupun kelompok tertentu, tanpa melakukan adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu yang diteliti.

b. Wawancara

Menurut Lexy¹⁴, wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu .percakapan ini dilakukan oleh dua pihak, yaitu *pewawancara (interviewer)* yang mengajukan pertanyaan dan *terwawancara (interview)* yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data berdasarkan pencarian data berupa cetakan, catatan harian, buku-buku, jurnal, foto-foto dan lain sebagainya.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model alir Miles dan Huberman, sebagaimana dikutip oleh Imam Suprayogo¹⁵, tahap analisis data dimulai dari reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

a. Reduksi Data

Reduksi diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, transformasi data kasar, yang muncul dari catatan-catatan lapangan. Reduksi data juga dilakukan dengan membuat ringkasan, mengkode, menelusur tema, membuat gugus-gugus, membuat partisi,

¹⁴ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2009), hlm. 186

¹⁵ Imam Suprayogo, *Metodologi Penelitian Sosial Agama* (Bandung: PT Remadja Rosdakarya, 2001) hlm. 193-195

menulis memo dan sebagainya.Reduksi ini terus berlanjut sesudah penelitian lapangan sampai laporan akhir tersusun.

b. Penyajian Data

Penyajian data adalah menyajikan sekumpulan informasi yang tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

c. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi

Dari permulaan pengumpulan data, maka akan dimulai dengan mencari arti, pola-pola, penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan proposisi. Kesimpulan “final” mungkin tidak muncul sampai pengumpulan data berakhir, bergantung besarnya kumpulan catatan lapangan, pengkodeannya, penyimpanan, dan metode pencarian ulang yang digunakan.Kesimpulan-kesimpulan juga diverifikasi selama kegiatan berlangsung.Verifikasi juga dilakukan dengan meninjau ulang pada catatan-catatan lapangan.

7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Untuk membuktikan bahwasannya penelitian dapat dipertanggung jawabkan dari segala segi maka diperlukan teknik keabsahan data. Adapun teknik keabsahan data yang digunakan oleh penulis adalah:

a. Metode Triangulasi, yakni usaha mengecek keabsahan data atau mengecek keabsahan temuan riset. Metode triangulasi dapat dilakukan dengan menggunakan lebih dari satu teknik

pengumpulan data untuk mendapatkan yang sama. Dalam hal ini peneliti melakukan kroscek dari data yang dipilih baik itu melalui wawancara atau dokumen yang ada. Teknik pemeriksaan ini merupakan triangulasi dengan sumber data yakni membandingkan dan mengecek baik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan cara yang berbeda dalam metode kualitatif yang dilakukan.¹⁶ Peneliti melakukan validitas dengan membandingkan data wawancara dengan pengamatan dan dokumen-dokumen yang terkait. Selain itu membandingkan apa yang dikatakan secara umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.

b. Ketekunan pengamatan, bermaksud menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan persoalan atau isu yang sedang dicari dan kemudian memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara rinci.¹⁷ Penulis mengadakan pengamatan dengan teliti dan secara berkesinambungan. Kemudian menelaah secara rinci dan berulang-ulang dalam tiap kali melakukan penelitian sehingga ditemui seluruh data penelitian, serta akhirnya hasilnya sudah mampu dipahami dengan baik.

c. Diskusi dengan teman sejawat, peneliti mendiskusikan hasil penelitian dengan teman sejawat yang mengetahui tentang objek

¹⁶ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Putra Grafika, 2007), hlm. 256-257

¹⁷ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2009), hlm. 329

yang diteliti dan permasalahannya. Peneliti berdiskusi tentang segala hal mengenai penelitian yang peneliti lakukan. Dengan berdiskusi dengan teman sejawat maka akan memberikan masukan-masukan kepada peneliti sehingga pada akhirnya peneliti merasa mantap dengan hasil penelitiannya. Teknik ini dilakukan dengan cara mengekspos hasil sementara atau hasil akhir yang diperoleh dalam bentuk diskusi analitik dengan rekan-rekan sejawat.

d. Kecukupan Referensi, kecukupan referensi tersebut berupa bahan-bahan yang tercatat yang digunakan sebagai patokan untuk menguji sewaktu diadakan analisis penafsiran data. Jika alat elektronik tidak tersedia cara lain sebagai pembandingan kritik masih dapat digunakan. Misal: adanya informasi yang tidak direncanakan, kemudian disimpan sewaktu mengadakan pengujian, informasi demikian dapat dimanfaatkan sebagai penunjangnya.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan atau pembahasan terdiri dari lima bab yang terperinci sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini terdiri dari sembilan sub bab antara lain konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu, definisi konsep, kerangka pikir penelitian, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II : KERANGKA TEORITIS

Pada bab ini menguraikan penjelasan tentang kerangka teoritik yang meliputi pembahasan kajian pustaka dan kajian teoritik yang berkaitan dengan Komunikasi kelompok Penggemar K-Pop di Indonesia.

BAB III : PENYAJIAN DATA

Pada bab ini berisikan tentang setting penelitian yakni gambaran singkat komunitas penggemar K-pop di Indonesia

BAB IV : ANALISIS DATA

Pada bab ini membahas temuan penelitian dan menganalisis data konfirmasi temuan dengan teori.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir dalam penulisan skripsi yang nantinya akan memuat kesimpulan dan saran.

J. Faktor Pendukung dan Penghambat Penelitian

Selama proses penelitian berlangsung ada beberapa hal yang dialami oleh peneliti yakni faktor pendukung serta penghambat penelitian, faktor-faktor pendukung yang memudahkan penelitian ini diantaranya adalah sambutan yang hangat dan ramah para admin komunitas sehingga memudahkan peneliti dalam mengorek informasi sebanyak-banyaknya



mengenai komunitas masing-masing baik dari Korea Lovers Surabaya maupun K-Pop fandom Malang, karena maraknya isu tentang Korea khususnya Korean Pop atau disingkat K-Pop di Indonesia memudahkan peneliti untuk mencari komunitas penggemar K-Pop lalu kemudian menelitinya.

Selain adanya faktor pendukung ada pula faktor penghambat penelitian yang dirasakan oleh peneliti pada saat penelitian berlangsung diantaranya yaitu peneliti dalam hal ini harus meneliti 2 komunitas dengan 2 sub komunitas di lokasi yang berbeda yaitu Surabaya dan Malang yang jaraknya tidak dekat, sehingga mau tidak mau peneliti harus benar-benar memastikan data yang sudah didapatkan lengkap atau apabila kurang lengkap akibatnya peneliti harus berhubungan dengan narasumber melalui telepon ataupun pesan singkat juga *e-mail*.

Kurang terbukanya beberapa anggota komunitas yang bukan admin komunitas atas pertanyaan-pertanyaan yang dilontarkan oleh peneliti sehingga peneliti perlu ekstra mendalami dan serta mengorek terus tambahan keterangan dari para admin komunitas. Sifat masing-masing komunitas yang bebas atau dengan kata lain tidak mengikat anggota sehingga peneliti hanya dapat menemui beberapa anggota saja dan adanya kesibukan dari masing-masing anggota sehingga proses penelitian sedikit terhambat oleh waktu.