



BAB III

PENYAJIAN DATA

A. Deskripsi Subyek, Obyek dan Lokasi Penelitian

1. Subjek Penelitian

Dalam hal ini, subyek penelitian adalah khalayak dari anggota komunitas penggemar K-Pop di Surabaya dan Malang klasifikasi sebagai berikut:

a. YG Famz Surabaya

- 1) Putu Kresnamurti atau lebih akrab dipanggil Kresna ini adalah ketua dari komunitas YG Famz Surabaya selama 1 tahun. Lelaki ini berusia 19 tahun dengan status sebagai mahasiswa.
- 2) Rohaz Sabana atau lebih akrab dipanggil Rohaz merupakan admin dari komunitas YG Famz Surabaya ia terlibat dalam komunitas ini selama 1 tahun yakni sejak awal pendirian. Lelaki berusia 21 tahun ini berstatus sebagai mahasiswa.
- 3) Yovan Della atau lebih akrab disapa Yovan adalah anggota dari YG Famz Surabaya sejak 3 bulan lalu. Perempuan berusia 22 tahun ini berstatus sebagai karyawan
- 4) Nita Trias atau akrabnya disapa dengan Nita yakni anggota dari YG Famz Surabaya mulai 3 bulan yang lalu. Perempuan ini berusia 22 tahun dan berstatus sebagai karyawan.



b. KLOSS (K-Pop Lovers Surabaya)

- 1) Sanjayanto Nugroho, atau akrabnya disebut Yayan adalah ketua dari KLOSS dan mengikuti komunitas korea sejak 3 tahun lalu. Lelaki berusia 23 tahun ini berstatus sebagai mahasiswa.
- 2) Alanda Putra Pamungkas atau akrabnya disebut Putra adalah anggota dari KLOSS sejak 3 tahun lalu. Lelaki berusia 19 tahun ini berstatus sebagai mahasiswa.
- 3) Pandu Pratama atau akrabnya disapa Pandu adalah anggota KLOSS semenjak 1 tahun lalu. Lelaki berusia 18 tahun ini berstatus sebagai mahasiswa.

c. YG Family For Malang

- 1) Marina Firda Lukita atau akrab disapa Marina adalah ketua dari komunitas YG Family for Malang. Perempuan berusia 19 tahun dan berstatus sebagai mahasiswi ini telah bergabung di komunitas penggemar K-Pop selama 3 tahun.
- 2) Prayoga Fery Pradana atau akrab disapa dengan Yogi adalah wakil ketua dari YG family for Malang. Laki-laki berusia 19 tahun dan berstatus sebagai mahasiswa ini telah bergabung di komunitas penggemar K-Pop selama 3 tahun.
- 3) Yessi Nurhabibah atau akrab disapa dengan Yessi ini adalah admin dari YG Family for Malang. Perempuan berusia 20



tahun dan berstatus sebagai mahasiswa ini mtelah bergabung di komunitas penggemar K-Pop selama 3 tahun.

- 4) Dwi Septiya Astriani atau kerap disapa Septi ini merupakan anggota dari YG Family for Malang. Perempuan berusia 19 tahun ini berstatus sebagai mahasiswa ini telah mengikuti komunitas YG Family for Malang sejak 1,5 tahun lalu.
- 5) Laudita Cahyanti atau kerap disapa Dita ini merupakan anggota dari YG Family for Malang. Perempuan berusia 19 tahun ini berstatus sebagai mahasiswa ini telah mengikuti komunitas YG Family for Malang sejak 1 tahun lalu

d. K-Pop Fandom Malang (KFM)

- 1) Firda Tazkiardini atau kerap disapa Firda ini merupakan ketua dari KFM. Perempuan berusia 20 tahun ini berstatus sebagai mahasiswa ini telah mengikuti komunitas KFM sejak 2 tahun lalu.
- 2) Titis May Mustikawati atau kerap disapa Titis ini merupakan sekretaris dari KFM yang juga merupakan anggota Komunitas penggemar K-Pop KISSMe Malang. Perempuan berusia 19 tahun ini berstatus sebagai mahasiswa ini telah mengikuti komunitas KFM sejak 3 tahun lalu.
- 3) Ayu Srikhandi Pramudya S.A atau kerap disapa Ayu ini merupakan mantan ketua sekaligus penggagas dari KFM. Perempuan berusia 21 tahun ini berstatus sebagai mahasiswa



ini telah mengikuti komunitas KFM sejak 2 tahun lalu. Ayu saat ini mulai mengurus komunitas K-Pop Red Ocean Crew (ROC) yang masih dalam naungan KFM.

- 4) Anggit Pratiwi atau kerap disapa Anggi ini merupakan ketua dari ROC yang juga merupakan bagian dari KFM. Perempuan berusia 20 tahun ini berstatus sebagai mahasiswa ini telah mengikuti komunitas KFM sejak 2 tahun lalu.
- 5) Desy Ratri M atau kerap disapa Desy ini merupakan anggota dari ROC yang juga merupakan bagian dari KFM. Perempuan berusia 19 tahun ini berstatus sebagai mahasiswa ini telah mengikuti komunitas KFM sejak 2 tahun lalu.
- 6) Dini Perempuan berusia 16 tahun ini berstatus sebagai pelajar ini telah mengikuti komunitas sejak 2 tahun lalu. Dini merupakan anggota dari ROC yang juga merupakan bagian dari KFM.

2. Obyek Penelitian

Obyek penelitian disini adalah *group communication* atau komunikasi kelompok yaitu komunikasi dengan sejumlah komunikasi. Karena jumlah komunikasi itu menimbulkan konsekuensi. Dalam hal ini proses komunikasi kelompok dan antar kelompok yang akan diteliti. Proses komunikasi merupakan jalannya pesan yang



disampaikan oleh komunikator kepada komunikan.¹ Dengan demikian dapat diketahui bagaimana proses komunikasi didalam suatu kelompok yaitu proses komunikasi antar individu dalam suatu kelompok dan bagaimana proses komunikasi antar kelompok yang dalam hal ini adalah komunitas K-Pop.

3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah di kota Surabaya dan kota Malang, untuk mewakili daerah di Indonesia dengan kuantitas penggemar K-Pop yang cukup banyak dan dengan jumlah komunitas penggemar K-Pop lebih dari 25 komunitas. Surabaya merupakan ibu kota provinsi Jawa Timur, Indonesia. Surabaya merupakan kota terbesar kedua di Indonesia setelah Jakarta. Kota Surabaya secara geografis terletak antara 0721' Lintang Selatan dan 11236' - 11254' Bujur Timur. Dengan jumlah penduduk metropolisnya yang hampir 3 juta jiwa. Wilayah Kota Surabaya di sebelah utara dan timur berbatasan dengan Selat Madura, sedangkan sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Gresik dan sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Sidoarjo. Luas wilayah Kota Surabaya 274,06 Km² yang terbagi menjadi 31 kecamatan dan 163 desa/kelurahan.²

Kota Malang adalah sebuah kota di Provinsi Jawa Timur Indonesia. Kota ini berada di dataran tinggi cukup sejuk terletak pada

¹S. Djuarsa Sendjaja Phd, *Teori Komunikasi*, Jakarta : Universitas Terbuka, 1994, hlm 196

² Blogspot dalam <http://aa-surabaya.blogspot.com/2010/03/profil-kota-surabaya.html> diakses Senin, 30 Desember 2012 19.00



90 km sebelah selatan kota Surabaya dan wilayahnya di kelilingi oleh Kabupaten Malang. Malang merupakan kota terbesar kedua di utara timur dan di kenal dengan julukan kota pelajar. Jumlah penduduk Kota Malang 768.000 (data sensus statistik 2008), dengan tingkat pertumbuhan 3,9 % per tahun. Sebagian besar adalah suku jawa, , dengan tingkat pertumbuhan 3,9 % per tahun. Sebagian besar adalah suku jawa, serta sejumlah suku-suku minoritas seperti Madura, Arab, dan Tionghoa. Agama mayoritas adalah Islam, diikuti dengan Protestan, Katholik, Hindu, Budha dan Kong Hu Chu. Bangunan tempat ibadah banyak yang telah berdiri semenjak jaman colonial antara lain Mesjid Jami (Mesjid Agung), Gereja Hati Kudus Yesus, Gereja Ijen. Serta Klenteng di kota lama Malang juga menjadi pusat pendidikan keagamaan dengan banyaknya Pesantren dan Seminari Alkitab yang sudah terkenal diseluruh nusantara. Bahasa Jawa dengan dialek jawa timuran adalah bahasa sehari-hari masyarakat Malang.³

Penelitian sendiri peneliti laksanakan di tempat-tempat biasa para komunitas penggemar K-Pop berkumpul, yakni di Royal Plaza Surabaya, McD Rungkut-Surabaya, Universitas Negeri Malang fakultas bahasa dan sastra, dan KFC Jl. Kawi-Malang.

³ Blogspot dalam <http://profilkotamalang.blogspot.com/> Senin, 30 Desember 2012 19.00



B. Deskripsi Data Penelitian

Ada beberapa komunitas yang peneliti teliti di Surabaya dan Malang, yang merupakan anggota dari KLOSS atau *Korea Lovers Surabaya* dan KFM atau *K-Pop Fandom Malang*.

1. Profil Komunitas

a. Korea Lovers Surabaya

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 tentang Korea, baik itu musik pop Korea atau K-Pop, drama Korea atau K-drama, sampai yang mencintai dan mengagumi budaya Korea. KLOSS merupakan induk dari komunitas-komunitas penggemar Korea yang ada di Surabaya dari yang terbagi berdasarkan kegemarannya masing-masing ataupun berdasarkan manajemen artisnya.⁴

Tujuan

KLOSS berdiri bukan semata-mata tanpa arah dan tujuan, kami berharap untuk kedepannya KLOSS dapat mewujudkan setiap mata rantai tujuan-tujuan itu.

⁴ Arsip Korea Lovers Surabaya



Tujuan KLOSS secara luas :

1. Memberikan kesempatan pada K- lovers untuk menyampaikan dan menyalurkan ide, kreatifitas hingga bakat mereka yang didedikasikan pada K-pop, K-drama, serta budaya Korea.
2. Menciptakan komunitas dengan suasana yang bersahabat dan semangat kekeluargaan.

Visi :

Menjadi komunitas K-lover yang aspiratif, inspiratif, kreatif, inovatif, dan mendunia.

Misi:

1. Menyatukan seluruh pecinta musik, drama dan budaya Korea tanpa membedakan fandom.
2. Menjadi wadah untuk berkumpul dan menyalurkan kreativitas pecinta musik, drama dan budaya Korea.
3. Melaksanakan event rutin tiap tahunnya dengan tema bervariasi.

Struktur kepengurusan KLOSS

Ketua : Sanjayanto Nugroho

Wakil : Arasya Ramadhana

Bendahara : Nuril Maulidah

Kreatif : Raras Enriladella

Humas : Yunita Iriani

OL Shop : Deshinta

PubDekDok : Chey



Acara-acara yang diadakan oleh KLOSS

- 1). 5 Des 2010 "*Happy B'day Yuri*" (Gath Sone)
- 2). 10 Des 2010 "*K-Fest @Grand City*" (Partner)
- 3). 10 Des 2010 "*Global Fest @Konsulat Perancis*" (Partner)
- 4). 18 Des 2010 "*7th Anniversary TVXQ & Xiah Junsu Birthday Party*"
(Gath Cassie)
- 5). 22 Jan 2011 "*MiniGath FamilyKLOSS @KBS n KFC*" (All Fandom)
- 6). 13 Feb 2011 "XpresSoo" (Gath SONE)
- 7). 20 Feb 2011 "Stand by You TVXQ" (Gath Cassie)
- 8). 26 Feb 2011 "Proud to be ELF" (Gath ELF)
- 9). 26 Mar 2011 "Gath Gado-gado/White Day @CnR cafe" (All Fandom)
- 10). 30 Apr 2011 "White Wishes" @Wendy's Sutos (all fandom)
- 11). 29 Mei 2011 "3th anniv.SHINee" (Gath Shawol)
- 12). 25 Juni 2011 "Rujak Party KLOSS @FIB UNAIR" (All Fandom)
- 13). 2 Juli 2011 "HBD Our Maknae Seororo" (Gath Sone)
- 14). 30 Juli 2011 "K-pop Day @TunjunganPlaza2" (Partner)
- 15). 18 Sept 2011 "Big Gath 1st Anniv.KLOSS @Craft Centre Royal PLaza"
- 16). 8 Okt 2011 "Time to Show Out" (Gath YG Famz Sby)
- 17). 19 Nov 2011 "Flashmob K-pop with KLOSS @Taman Bungkul"



- 18). 11 Des 2011 "HBD Our Black Pearl (nobar ITNW @Unicorn Studio)" (Gath Sone)
- 19). 31 Des 2011 "Indosat K-pop Party" @Atrium utama Royal Plaza (partner)
- 20). 19 feb 2012 "Dance workshop Seiren w/KLOSS" @Sanggar Rosa
- 21). 26 feb 2012 "SM Town Citizen Gath w/KLOSS" @Coffee Toffee JX International
- 22). 16-18Mar2012 "Passion of Asia w/Asianara" @BG Junction (partner)
- 23). 6 Mei 2012 "Japan Korea fest by Kloss-Mirai" @Mustafa II Royal Plaza
- 24). 17 Mei 2012 "2ne1 3rd B'day Sing n dance w/heart" @Kaza mall (partner)
- 25). 27 Mei 2012 "Shinee Worl Day" @Balai Pemuda (partner)
- 26). 9 Juni 2012 "LA Light meet the labels" @Atrium Utama Sutos (partner)
- 27). 22 Juni 2012 "Hobbies Fair" @Atrium Royal Plaza (with Cosura)
- 28). 14 Juli 2012 "JaKoforia" @G walk (with We.Do n Cosura)
- 29). 9 Sept. 2012 "BIG GATH KLOSS 2nd Anniversary" @Atrium utama Royal Plaza
- 30). 21-23 Sept.2012 "Tour SM Town Konser" @GBK,Hotel Century Atlet
- 31). 26 Okt 2012 K-pop fest. @parkir JX expo (partner)



32). 25 Nov 2012 UC-Korean Festival @Auditorium Univ.Ciputra

b. 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.⁵

Visi dan misi KFM adalah :

1. Mewadahi semua fandom yang ada di Malang untuk seluruh aktivitasnya
2. Mencegah adanya fanwar
3. Menjadi “induk” dari semua fandom, yang bertujuan agar terciptanya rasa aman dan sikap saling menghargai, menghormati antara satu fandom dengan fandom lainnya

⁵ Arsip K-Pop Fandom Malang



Acara yang pernah dibuat oleh KFM antara lain, acara tahunan Hallyu Explosion, KDR (K-Pop Dance Rebellion), Flashmob,dll. Struktur kepengurusan KFM hanya terdiri dari 4 bagian inti yakni :

Ketua : Firda Tazkiardini

Sekretaris : Titis May

Bendahara : Annisa Zoraya

Sie Event : Amalia Beladina

2. Proses Komunikasi Internal Kelompok

Dalam proses komunikasi kelompok perlu adanya interaksi antar anggota untuk membuat hal tersebut terjadi perlu adanya kegiatan dalam komunitas, berikut kegiatan yang dilakukan oleh komunitas Korea Lovers Surabaya dan K-Pop Fandom Malang :

a. Korea Lovers Surabaya (KLOSS)

1). Kegiatan

Proses penerimaan anggota Korea Lovers Surabaya (KLOSS) yakni dengan mendaftar menjadi member dengan membayar atau hanya sebagai KLOSS family yakni bukan member resmi KLOSS Hal ini dinyatakan oleh ketua umum KLOSS,sodara Yayan :

“Family KLOSS adalah keluarga baru KLOSS, baik yang resmi maupun member di group Facebook. Member Resmi adalah yang resmi terdaftar dengan membayar biaya



pendaftaran dan tercatat di buku besar data keanggotaan KLOSS dan memiliki hak yang dilindungi, kewajiban yang harus dilaksanakan, serta rules atau Peraturan yang wajib dipatuhi. Kami memungut biaya untuk pendaftaran member ini murni akan kembali untuk komunitas. Karena kami mempunyai banyak event yang telah kami rancang untuk Family KLOSS dan K-Lovers dimasa yang akan datang. Ini merupakan komitmen KLOSS dari awal, kinerja kami dalam membentuk komunitas ini pun tidak main-main dan dapat anda lihat dari sejak pertama komunitas berdiri. Kami telah memiliki Family KLOSS resmi berjumlah lebih dari 100 member sampai dengan Januari 2011”⁶

Hal ini semakin diperkuat lagi dengan pernyataan Putu kreshnamurti ;

“Untuk member kita sendiri, seluruh orang yang masuk dalam grup FB kita anggap sebagai anggota, tapi bukan anggota resmi yang terdaftar untuk yang mendaftar dan menjadi anggota kami kenakan biaya 15.000 untuk kartu member”

Dari kedua pernyataan ini dapat ditarik garis besar bahwa keanggotaan komunitas bersifat longgar, dan perkiraan ini semakin dikuatkan oleh kegiatan yang dilakukan KLOSS. Karena adanya rutinitas atau kegiatanlah yang akan membentuk dan mengetahui tingkat keaktifan suatu anggota komunitas.

Setiap organisasi ataupun komunitas tentunya memiliki ciri khas tersendiri untuk menjaga keakraban antar anggotanya, seperti komunitas kebanyakan KLOSS juga memiliki kegiatan yang walaupun tidak rutin tetapi dilakukan untuk menjalin silaturahmi

⁶Sumber diolah dari hasil wawancara komunitas Korea Lovers Surabaya diwakili oleh Yayan pada Jumat 14 Desember 2012



dan kedekatan emosional antar anggota, seperti pernyataan beberapa anggota KLOSS berikut :

Alanda Putra berkata bahwa “sering kumpul dan tuker file, juga nge-chat via facebook. KLOSS sering mengadakan gathering atau lomba-lomba seputar korea hampir sebulan sekali untuk mengisi kegiatan. Namun dalam jangka waktu satu bulan untuk intensitas kumpul sangat jarang karena kendala waktu dan kegiatan lain seperti sekolah, dan sebagainya”⁷

Pandu berkata bahwa “melalui kumpul bareng dan jika ada event, ngumpul sekaligus rapat untuk event dan kalau ketemu sering curhat. KLOSS mengadakan lomba dan acara performance dari anggota. Akan tetapi untuk berkumpul tidak pasti mayoritas hanya apabila ada event saja”⁸

Yovan Dela berkata “kita lebih sering lewat chat fb, sms, telepon dan kumpul-kumpul dan membuat acara untuk menguatkan hubungan emosional antar anggota”

Pernyataan Yovan kemudian ditambahkan oleh Nita, Rohaz dan Kresna

“Sering mengadakan pertemuan, atau dengan sms atau fb dan mengadakan event atau lomba” ujar Nita

“Makan bareng, mengadakan lomba atau gathering” ujar Rohaz

“sering-sering membuat event, sekedar hang out bersama” ujar Kresna

Dari pernyataan-pernyataan diatas dapat diklasifikasikan sebagai

berikut :

⁷Sumber diolah dari hasil wawancara komunitas Korea Lovers Surabaya diwakili oleh Alanda pada Senin 24 Desember 2012

⁸Sumber diolah dari hasil wawancara Korea Lovers Surabaya diwakili oleh Pandu pada Senin, 24 Desember 2012



Tabel 3.2 Kegiatan Anggota KLOSS

NO	Aktifitas	Jumlah Pendapat
1.	Gathering/membuat acara	6 orang
2.	Kumpul bareng/hang out	5 orang
3.	Makan bersama	1 orang
4.	Chat facebook	2 orang
5.	Teleponan atau sms	2 orang

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa terdapat 5 kegiatan rutin komunitas dalam menjaga hubungan emosional atau interaksi sesama anggota yaitu mengadakan gathering atau membuat acara, kumpul bareng, makan bersama, chat facebook dan telepon atau sms dari jumlah pendapat yang ada gathering atau membuat acara adalah kegiatan yang paling banyak dilakukan, karena hampir setiap acara dapat dipastikan hampir seluruh anggota komunitas datang dan berkumpul.

Meskipun jarang kontak secara langsung tidak mengendorkan ke kompakn anggota-anggota komunitas ini terbukti pada saat acara *flash mob* di Taman Bungkul Surabaya berikut ini, tanpa latihanpun mereka tetap kompak dalam gerakan, Lihat lampiran gambar 3.1 dan gambar ketika KLOSS mengadakan acara lomba *dance perform* pada gambar 3.2, lihat halaman lampiran.



2). Cara anggota berkomunikasi atau memperoleh informasi

Dalam proses komunikasi dibutuhkan media komunikasi untuk dapat memberikan informasi baik dari komunikator ke komunikan ataupun sebaliknya, dalam hal ini mayoritas komunitas penggemar K-Pop lebih tertarik menggunakan media facebook (FB).

Pandu mengatakan bahwa “ cara komunitas ketika hendak mengadakan rapat atau kumpul-kumpul biasanya diumumkan via facebook tau sms”⁹

Berikut pendapat dari anggota KLOSS lainnya :

“lewat sms dan lewat event facebook”ujar Alanda

“lewat sms dan facebook”ujar Kresna

“via sms dan event facebook”ujar Rohaz

“lewat sms,facebook dan twitter”ujar Nita

“di sms, telepon ataupun facebook”ujar Yovan

Tabel 3.3 Cara Anggota Berkomunikasi dan Mendapatkan Informasi

No	Media Komunikasi	Jumlah Pendapat
1.	Pesan singkat (SMS)	6 orang
2.	Facebook	6 orang
3.	Twitter	1 orang
4.	Telepon	1 orang

⁹Sumber diolah dari hasil wawancara komunitas Korea Lovers Surabaya diwakili oleh Pandu pada Senin 24 Desember 2012



Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas anggota kelompok bertukar informasi melalui pesan singkat (sms) atau melalui jejaring sosial facebook. Hal ini dikarenakan facebook dan sms dinilai praktis dan sedang booming di masyarakat sehingga tidaklah mungkin apabila anggota tidak memiliki facebook misalnya.

3). Struktur

Dalam sebuah komunitas diperlukan struktur untuk mengatur jalannya stabilitas kelompok dan menanggulangi adanya perselisihan, didalam kelompok besar seperti komunitas penggemar K-Pop ini cenderung terstruktur akan tetapi relatif bebas hanya ada jabatan-jabatan inti saja. Tidak seperti layaknya kelompok kecil ataupun organisasi yang lebih terstruktur dan memiliki peraturan yang mengikat.

Berikut ini pernyataan dari 2 orang anggota KLOSS yang masih 3 bulan bergabung :



Yovan mengatakan, “kurang tahu tentang strukturnya, yang berperan penting di komunitas yaitu CEO atau ketua”

Senada dengan Yovan, Nitapun berkata kurang tahu :

“kurang mengerti tentang kepengurusan, yang paling berperan penting disini adalah ketua kelompok” ujar Nita

Sementara anggota KLOSS yang bergabung lebih dari 1 tahun berkata demikian :

Pandu menyatakan bahwa “kepengurusan komunitas terstruktur dan sangat berperan dalam operasional komunitas, dan ketualah yang berperan penting dalam mengatasi masalah dalam komunitas”¹⁰

Sedangkan Alanda menyatakan bahwa “sistem yang digunakan dalam struktur KLOSS tidak terlalu mengikat atau dengan kata lain kami bersistem kekeluargaan dan ketua atau CEO lebih berperan penting apabila terjadi masalah internal maupun eksternal”¹¹

Pernyataan Alanda didukung oleh pendapat kedua temannya :

“menggunakan sistem kekeluargaan, yang berperan penting adalah CEO” ujar Rohaz

“sistem kekeluargaan, jadi lebih akrab dalam berkomunikasi, yang berperan penting adalah admin komunitas” ujar Kresna

Dari pernyataan-pernyataan diatas dapat diketahui bahwa sistem kepengurusan atau struktur organisasi yang digunakan oleh KLOSS adalah lebih kepada kekeluargaan dan namun tetap terstruktur pada bagian inti, karena KLOSS juga masih memiliki ketua kelompok atau

¹⁰Sumber diolah dari hasil wawancara komunitas Korea Lovers Surabaya diwakili oleh Pandu pada Senin 24 Desember 2012

¹¹ Sumber diolah dari hasil wawancara Korea Lovers Surabaya diwakili oleh Alanda pada Senin, 24 Desember 2012



CEO. Sehingga dapat dikatakan bahwa ketua adalah yang berperan penting dalam menjaga stabilitas kelompok atau komunitas.

4). Hubungan antar anggota kelompok

Kelompok terbentuk bukan hanya satu orang saja akan tetapi terdiri dari beberapa individu-individu dengan latar belakang berbeda tapi dengan tujuan yang sama, KLOSS terdiri lebih dari sekitar 1600 member baik secara resmi maupun tidak resmi dan untuk dapat berinteraksi dan mewujudkan tujuan bersama hendaknya suatu kelompok dapat saling mengenal, akan tetapi karena KLOSS kelompok besar dengan jumlah anggota yang cukup banyak membuat para anggota KLOSS kesulitan untuk mengenali anggota KLOSS lainnya.

Seperti yang diungkapkan oleh Yovan berikut :

“kami tidak terlalu saling mengenal, karena jarang berkumpul dan berkenalan lagi pula jumlah anggotanya terlalu banyak terlebih lagi aku masih baru disini”¹²

Dan pernyataan Yovan ini diperkuat oleh 5 orang temannya yang lain bahwa mereka mayoritas tidak saling mengenal dengan anggota komunitas yang lain.

Nita mengatakan “Kenal sekitar 10 orang tapi tidak dekat, hanya sebatas kenal saja”

“tidak mengenal, karena jarang ketemu secara sering” Ujar Kresna

¹² Sumber diolah dari hasil wawancara YG Famz Surabaya diwakili oleh Yovan pada Senin, 24 Desember 2012



Alanda mengatakan “tidak karena jarang menyapa, terlebih lagi aku kan masih baru jadi ya hanya kenal adminnya aja ya ini dia orang-orangnya”

“tidak mengenal karena jarang ketemu, kita ketemu semua pada saat ada acara besar, selebihnya kalau kumpul yah rapat dan kenal sama adminnya aja” ujar Rohaz

“Tidak kenal ,karena terlalu banyak anggota dalam komunitas itu” ujar pandu

Dari pernyataan-pernyataan dalam wawancara tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa masing-masing individu tidak terlalu mengenal seluruh anggota komunitas karena berbagai alasan yaitu karena jarang bertemu bertemupun pada saat ada acara komunitas, jumlah anggota yang terlalu banyak, karena kurangnya saling tegur sapa dan karena narasumber yang memang masih baru menjadi anggota.

b. K-Pop Fandom Malang (KFM)

1). Kegiatan

Berbeda dengan KLOSS proses penerimaan anggota KFM hanya sebatas masuk dala grup facebook KFM,tanpa adanya member tetap seperti kartu member dan tanpa harus membayar, seperti yang ditambahkan oleh Ayu Srikhandi,mantan ketua KFM :

“untuk keanggotaan kami tidak mau terlalu mengikat,jadi sebatas apabila mereka masuk grup FB kita yasudah artinya dia adalah anggota kita,dan sekarang anggota kita ada 1402 orang. Kita tidak mau membuat semacam member card karena kita takut tidak bisa memberikan keuntungan apapun bagi mereka yang memiliki member card”¹³

¹³Sumber diolah dari hasil wawancara komunitas K-Pop Fandom Malang diwakili oleh Ayu pada Rabu 26 Desember 2012



Setiap organisasi ataupun komunitas tentunya memiliki ciri khas tersendiri untuk menjaga keakraban antar anggotanya, seperti komunitas kebanyakan KFM juga memiliki kegiatan yang walaupun tidak rutin tetapi dilakukan untuk menjalin silaturahmi dan kedekatan emosional antar anggota, seperti pernyataan beberapa anggota KFM berikut :

Firda selaku ketua KFM menyatakan “Kami sering mengadakan kumpul bareng biasanya sih dadakan, untuk mencoba mengenal seluruh member, misalnya seperti saat ini aku sms ke temen-temen kalau kita lagi di KFC Kawi nih siapa yang mau kesini?, selain itu kita juga mengadakan pertemuan rapat tergantung dari masing-masing fandom. Terserah mau ngumpul resmi atau tidak”¹⁴

“kita biasanya suka nonton konser bersama jadi pesan tiket bersama, nanti disana akan dikoordinir oleh panita disana, kalau dalam Korea kan gak boleh tuh ngikutin apa yang sedang dinyanyikan oleh artisnya jadi sebelum konser ada kumpul bareng dulu untuk diajarin di part-part tertentu kita bisa nyanyi serempak namanya Fan Chat” ujar Yoga wakil ketua YG Family for Malang yang merupakan anggota dari KFM.¹⁵

Ternyata masing-masing anggota memiliki yang serupa tapi tak sama :

Anggit menyatakan “Mengadakan gathering, flash mob, hallyu, dsb”

Desy menyatakan “Mengadakan gathering, nonton bareng”

Dini menyatakan “sering-sering kumpul, mengadakan gathering, flash mob, dll”

Yessi menyatakan “Mengadakan gathering, latihan flash mob dan nonton konser bersama”

¹⁴Sumber diolah dari hasil wawancara komunitas K-Pop Fandom Malang diwakili oleh Firda pada Rabu 26 Desember 2012

¹⁵Sumber diolah dari hasil wawancara komunitas Yg Family For Malang diwakili oleh Yoga pada Rabu 26 Desember 2012



“sharing masalah, evaluasi kinerja, gathering, lomba, flash mob dan charity” ujar Ayu

Laudita menyatakan “Gathering, main atau hang out bareng, dan flash mob”

Septya menyatakan “sering berkumpul bersama baik acara gathering maupun latihan flash mob, terkadang juga pergi karaoke bersama”

Marina menyatakan “karaokean, kumpul-kumpul bareng, aktif di fb atau twitter juga sering membuat acara”

Titis menyatakan “sering keluar bareng, belajar bareng, melakukan kegiatan bersama, membuat mini gathering, pengerjaan project, dll”

Tabel 3.4 Kegiatan Anggota KFM

No	Aktifitas	Jumlah Pendapat
1.	Membuat acara : Gathering, Flash Mob, Hallyu, dsb	11 orang
2.	Kumpul bareng	6 orang
3.	Nonton konser bersama	3 orang
4.	Sharing masalah dan evaluasi kinerja	1 orang
5.	Karaokean	1 orang

Dari hasil wawancara diatas maka dapat diketahui apabila hal yang paling sering dikerjakan bersama untuk menjaga hubungan emosional anggota atau hubungan mereka yaitu dengan membuat acara bersama, karena dengan adanya acara maka akan banyak anggota-anggota yang



datang dan berkumpul, selain itu mereka juga mengadakan kumpul bareng, nonton konser bersama, sharing masalah dan evaluasi kerja juga karaokean sebagai kegiatan-kegiatan penunjang kebersamaan.

Sebagai contoh gambar beberapa kegiatan KFM dapat dilihat pada lampiran gambar 3.3, yaitu beberapa anggota KFM yang peneliti wawancarai saat tengah berkumpul di KFC Kawi, Malang dan gambar 3.4 yaitu kegiatan Hallyu di Sasana Krida Universitas Brawijaya, Malang.

2). Cara anggota berkomunikasi atau memperoleh informasi

Dalam proses komunikasi dibutuhkan media komunikasi untuk dapat memberikan informasi baik dari komunikator ke komunikan ataupun sebaliknya, dalam hal ini mayoritas komunitas penggemar K-Pop lebih tertarik menggunakan media facebook (FB). Hal ini ditunjukkan dengan hasil wawancara berikut ini,

Anggit menyatakan “lewat sms, posting di grup fb”

Desy Ratri menyatakan “via fb atau sms”

Yessi menyatakan “diinfokan di fb, sms atau saat kumpul bareng”

Dini menyatakan “sms dan dari pengumuman grup di fb”

Ayu menyatakan “via facebook dan sms jarkom”

Laudita menyatakan “di sms atau pengumuman lewat sosial media (grup fb)”

Septya menyatakan “melalui jarkom dan posting di grup fb”

Marina “lewat jarkom dan pengumuman di fb atau twitter”



Titis menyatakan“via facebook,telepon atau sms”

Firda menyatakan“melalui sms atau jejaring sosial”

Yoga menyatakan“jarkom sms, di twitter dan facebook”

Tabel 3.5 Cara Anggota Berkomunikasi dan Mendapatkan Informasi

No	Media Informasi	Pendapat
1.	Pesan singkat (SMS)	11 orang
2.	Facebook	11 orang
3.	Twitter	2 orang
4.	Pengumuman saat kumpul bareng	1 orang
5.	Telepon	1 orang

Dari hasil wawancara dan tabel dapat terlihat bahwa mayoritas informasi dari pengurus kepada anggota disampaikan melalui pesan singkat dan *facebook*. Hal ini tidak berbeda dengan proses penyampaian informasi yang dilakukan oleh KLOSS, karena facebook dan pesan singkat (SMS) merupakan media komunikasi yang paing praktis dan tidak perlu biaya mahal.

3). Struktur

Struktur kelompok KFM seperti halnya yang terjadi pada KLOSS, mereka menggunakan system struktural akantetapi hanya ada pengurus inti saja yakni ketua, sekretaris, bendahara dan

sie.event. Seperti yang ditambahkan oleh Firda selaku ketua KFM,berikut ini :

“kami terstruktur,namun sampai saat ini belum terlalu berpengaruh dalam external namun dalam internal sangat berpengaruh. Dan sejauh ini KFM dipegang oleh 4 orang admin yakni saya sebagai ketua,titis sebagai sekretaris dan dua orang lagi sebagai bendahara dan sie.event”¹⁶

Hal ini ditambahkan lagi oleh Ayu,mantan ketua atau proklamator berdirinya KFM “jadi apabila ada masalah baik internal ataupun eksternal seperti misalnya terjadi tumpukan jadwal acara antara komunitas kita dengan yang lainnya sehingga terjadi perang mulut,maka kami sebagai admin yang berusaha mengatasinya”¹⁷

Berikut pendapat dari anggota KFM lainnya :

Anggit menyatakan “Terstruktur, yang paling berperan penting adalah founder”

Desy menyatakan“kekeluargaan, yang paling berperan Firda (ketua) dan adis”

Yessi menyatakan“kekeluargaan, yang paling berperan yaitu admin”

Laudita menyatakan“kekeluargaan tapi terstruktur, yang paling berperan yakni para admin”

Dwi menyatakan“kekeluargaan tapi tetap ada strukturnya, yang berperan penting adalah leader dan admin grup”

Septya menyatakan“kekeluargaan tapi terstruktur, semua masalah diselesaikan bersama, yang paling berperan adalah adminya”

Marina menyatakan“kekeluargaan namun terstruktur dan berperan sekali, para adminlah yang sangat berperan penting”

¹⁶Sumber diolah dari hasil wawancara komunitas K-Pop Fandom Malang diwakili oleh Firda pada Rabu 26 Desember 2012

¹⁷Sumber diolah dari hasil wawancara komunitas K-Pop Fandom Malang diwakili oleh Ayu pada Rabu 26 Desember 2012



Yoga menyatakan “terstruktur,pengurus komunitas adalah penggerak komunitas, yang berperan penting adalah ketua dan admin”

Titis menyatakan“kekeluargaan, yang berperan adalah ketua dan admin”

Dari hasil wawancara diatas dapt dikatakan bahwa struktur kelompok K-Pop Fandom Malang (KFM) yaitu bersifat kekeluargaan yang bertumpuan utama pada admin komunitas terutama ketua kelompoknya. Sehingga komunitas dapat dikatakan bersifat longgar.

4). Hubungan antar anggota

Kelompok terbentuk bukan hanya satu orang saja akantetapi terdiri dari beberapa individi-individu denga latar belakang berbeda tapi denga tujuan yang sama, KFM terdiri dari sekitar 1402 member untuk berinteraksi dan mewujudkan tujuan bersama hendaknya suatu kelompok dapat saling mengenal,akantetapi karena KFM kelompok besar dengan jumlah anggota yang cukup banyak membuat para anggota KFM kesulitan untuk mengenali anggota KFM lainnya. Hanya admin grupnya saja yang mengenali sebagian besar anggota kelompoknya, seperti yang dinyatakan oleh beberapa anggota berikut ini :

“Kami biasa bertukar informasi melalui FB sekaligus berinteraksi dengan sesama anggota ataupun melalui sms untuk dapat saling mengenal,saya sih mengenal sekitar 50 orang” ujar Firda ketua KFM¹⁸

¹⁸Sumber diolah dari hasil wawancara komunitas K-Pop Fandom Malang diwakili oleh Firda pada Rabu 26 Desember 2012



Hal ini semakin diperkuat dengan pernyataan dari mantan ketua

KFM Ayu Srikhandi :

“saya kenal lebih dari 50 orang karena memang dari awal saya yang membentuk komunitas ini jadi paling tidak taulah siapa aja anggota saya, terlebih lagi kalau mereka aktif”

Berbeda dengan anggota KFM biasa yang tidak terlalu mengenal teman-temannya se-komunitas,

“kalau aku sih tidak terlalu kenal,paling hanya yang sering datang atau kumpul saja” ujar Anggit Pratiwi¹⁹

Yessi mengatakan“tidak, karena banyak anggota yang tidak aktif atau menghadiri pertemuan”

Laudita mengatakan “tidak, banyak anggota yang kurang aktif dalam grup”

Septya mengatakan“tidak terlalu banyak member terkadang hanya ingat wajah, tidak mengingat nama”

Dari pernyataan-pernyataan diatas dapat diketahui bahwa mayoritas anggota kelompok tidak saling mengenal hanya ketua kelompok dan admin kelompok sajalah yang lebih mengenal banyak anggota, karena factor jarang nya rutinitas pertemuan.

2. Proses Komunikasi Antar Kelompok

Tidak jauh berbeda dengan kegiatan internal komunitas,kegiatan antar komunitas juga berlangsung sama dan tidak terlalu terstruktur

¹⁹Sumber diolah dari hasil wawancara komunitas K-Pop Fandom Malang diwakili oleh Anggit pada Rabu 26 Desember 2012



baik dari segi kegiatan mereka dalam kota masing-masing ataupun antar kota. Dalam kota Surabaya, KLOSS atau Korea Lovers Surabayamewadahi sekitar lebih dari 25 komunitas penggemar Korea baik itu dalam bentuk manajemen Korean Pop maupun manajemen Korean Drama di Surabaya. Begitupula dengan KFM atau K-Pop Fandom Malang yang mewadahi seluru komunitas penggemar Korean Pop atau musik Korea di Malang sebanyak 26 komunitas.

Dalam menjalin interaksi antar kelompok baik antara dalam kota seperti KLOSS dengan YG Famz Surabaya ataupun antar kota yakni KLOSS dengan KFM Malang memiliki *rule* atau cara tersendiri begitu pula sebaliknya yang terjadi antara KFM dengan YG Family for Malang dan ROC atau Red Ocean Crew sebagai komunitas anggotanya. Yang dibahas dalam penelitian ini adalah proses komunikasi kelompok antara KLOSS dan KFM Malang. Berikut hal-hal yang dilakukan oleh KFM dengan KLOSS sebagai bentuk interaksi antar kelompok yang berbeda kota.

Dalam memperlancar hubungan antar kelompok perlu adanya media komunikasi dan media komunikasi antara KLOSS dan KFM sejauh ini menggunakan media jejaring sosial *Facebook* ataupun *Twitter* juga menggunakan SMS "*short message service*". Berikut ungkapan para anggota KLOSS dan KFM.



“apabila ada informasi kerjasama ataupun ada acara yang diadakan oleh pihak Surabaya kita biasanya kontak via sms dengan ketua komunitas sebagai perantara, kalau kita biasanya dapat info dari Yayan sih atau dari undangan di facebook” ujar Ayu mantan ketua KFM²⁰

Yayan selaku ketua KFM juga mengatakan hal yang sama bahwa selama ini berhubungan dengan KFM Malang via *SMS* ataupun *facebook*.

“Kalau aku biasanya dapat info dari Kiki dia ketua KFM yang lalu sebelum Firda walaupun kita yang ada event kita juga pasti mengundang KFM soal mereka mau hadir atau tidak itu urusan mereka biasanya kontak via sms atau chatting di facebook sih”²¹

Walaupun menjalin hubungan kerja sama ternyata anggota KLOSS ataupun KFM tidak seluruhnya mengenal satu sama lain. Hanya admin atau pengurus komunitas saja yang mengenal anggota kelompok atau paling tidak pengurus inti antara komunitas dengan beda kota ini. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan-pernyataan anggota biasa KLOSS dan KFM berikut ini :

“Aku sih hanya sekedar tau aja kalau di Surabaya itu ada KLOSS ataupun YG Famz dan sebagainya tapi kalau kenal individunya sih enggak” ujar Dini anggota KFM dan ROC Malang²²

²⁰Sumber diolah dari hasil wawancara komunitas K-Pop Fandom Malang diwakili oleh Ayu pada Rabu 26 Desember 2012

²¹Sumber diolah dari hasil wawancara komunitas Korea Lovers Surabaya diwakili oleh Yayan pada 14 Desember 2012

²²Sumber diolah dari hasil wawancara komunitas K-Pop Fandom Malang diwakili oleh Dini pada Rabu 26 Desember 2012



“Aku sih gak pernah tau yah kalau di Malang ada KFM”
ujar Alanda anggota KLOSS²³

Yovan menyatakan bahwa, “kalau komunitas yang di Surabaya sih hampir tau semua kayak ELF, Chassie, dan lainnya tapi kalau yang diluar kota aku kurang tau, atau karena akunya yang masih baru gabung mungkin”

Kresna menyatakan “kok bisa tau mbak di Malang ada KFM? aku loh yang sudah lama di komunitas gak pernah tau, walaupun tau hanya sekedar tau tapi gak kenal sama anggotanya dan kalau YG Famz sendiri belum pernah mengadakan kerjasama dengan KFM tapi kalau KLOSS sepertinya sering”

Marina menyatakan, “kenal sih tapi dengan pengurusnya saja, karena aku dulu sempat aktif di KFM sebelum disuruh untuk mengurus YG Family for Malang”

Hal ini diungkapkan hampir sama oleh seluruh anggota biasa dari KLOSS dan KFM. Mereka tidak mengenal dengan komunitas sejenis komunitasnya yang berada di bedakota. Sementara ketua dan mantan ketua KFM ataupun KLOSS menyatakan pernyataan sebaliknya :

“Kami memang bekerjasama dan saling mengenal satu sama lain, dari dahulu dan untuk kedepannya kita akan menjalin kerjasama. Kalau aku sih kenal sama Kiki, Firda, Ayu dan admin lainnya” ujar Yayan ketua KLOSS²⁴

“Kalau aku sih kenal sama KLOSS ataupun YG Famz Surabaya bahkan semuanya sih, biasanya kalau ada event di Surabaya kita biasa dihubungi sama Yayan juga sih cuma kalau emang ada waktu senggang kita datang tapi kalau

²³Sumber diolah dari hasil wawancara komunitas Korea Lovers Surabaya diwakili oleh Alanda pada Senin 24 Desember 2012

²⁴Sumber diolah dari hasil wawancara komunitas Korea Lovers Surabaya diwakili oleh Yayan pada 14 Desember 2012



untuk acara besok tahun baru sih kebetulan gak bisa” ujar Ayu mantan ketua KFM²⁵

Untuk menjalin kerjasama kelompok-kelompok atau komunitas-komunitas ini biasanya membuat acara gabungan.

“kita biasanya buat gathering atau lomba atau dari KFM sendiri membuat Hallyu Explosion” ujar Firda ketua KFM²⁶

“Kita juga biasanya datang setiap KLOSS ada event, begitupula sebaliknya” ujar Ayu mantan ketua KFM

“kita biasanya promosi kegiatan-kegiatannya KFM begitupula dengan KFM di Malang juga promosikan kegiatan-kegiatan kita” ujar Yayan²⁷

Dari penjabaran para pengurus KLOSS dan KFM maka dapat disimpulkan bahwa KLOSS dan KFM memang saling mengadakan kerjasama akan tetapi bukan berarti masing-masing anggota kelompok dapat saling mengenal, walaupun mereka saling mengenal hanya terbatas pada anggota tertentu saja seperti ketua, wakil ketua dengan kata lain hanya admin kelompoknya saja yang dikenal.

Dari 18 narasumber Anggota KLOSS dan KFM 13 orang tidak saling mengenal antar komunitas, 4 orang hanya sebatas kenal saja dan 1 orang mengenali pengurusnya saja. Hal ini menyatakan bahwa mayoritas anggota komunitas tidak saling mengenal dengan komunitas antar

²⁵Sumber diolah dari hasil wawancara komunitas K-Pop Fandom Malang diwakili oleh Ayu pada Rabu 26 Desember 2012

²⁶Sumber diolah dari hasil wawancara komunitas K-Pop Fandom Malang diwakili oleh Firda pada Rabu 26 Desember 2012

²⁷Sumber diolah dari hasil wawancara komunitas Korea Lovers Surabaya diwakili oleh Yayan pada 14 Desember 2012



kotanya, sekalipun pernah mengadakan kerjasama. Hanya pengurus masing-masing komunitas terutama ketua yang saling mengenal dan tau-menau tentang kerjasama mereka.