PERILAKU KOMUNIKASI PENGGEMAR *KPOP*

(STUDI FENOMENOLOGI TENTANG PERILAKU KOMUNIKASI PENGGEMAR *KPOP* SEBAGAI AUDIEN VIDEO MUSIK *GIRLBAND BLACKPINK "DDU DU DDU DU"* DI UIN SUNAN AMPEL SURABAYA)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Negeri Sunan Ampel Surabaya

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu

Komunikasi (S.I.Kom) Dalam Bidang Ilmu Komunikasi

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Oleh:

MAMIEK SAYYIDATUS SHALIHAH

NIM. B06215022

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2019

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

PENULISAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Mamick Sayyidatus Shalihah

NIM : B06215022

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesunguhnya bahwa :

1. Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan kepada lembaga tinggi manapun untuk mendapat gelar akademik apapun
2. Skripsi ini adalah benar asli karya saya secara mandiri dan bukan meupakan hasil plagiasi atas karya orang lain
3. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini sebagai hasil plagiasi, saya akan bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yan terjadi.

Surabaya, 20 Maret 2019

Yang Menyatakan

METERAI TEMPEL
D90DDAFF668580869
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Mamick Sayyidatus Shalihah

NIM. B06215022

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Mamiek Sayyidatus Shalihah

NIM : B06215022

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Judul : PERILAKU KOMUNIKASI PENGGEMAR KPOP (STUDI FENOMENOLOGI TENTANG PERILAKU KOMUNIKASI PENGGEMAR KPOP SEBAGAI AUDIENS VIDEO MUSIK GIRLBAND BLACKPINK "DDU DU DDU DU" DI UIN SUNAN AMPEL SURABAYA)

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untu diujikan.

Surabaya, 26 Maret 2019

Dosen Pembimbing

Dr. Nikmah Hadiati Salisah S.Ip., M.Si.

NIP : 197301141999032004

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi oleh Mamiek Sayyidatus Shalihah ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Surabaya, 16 April 2019

Mengesahkan,

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Dekan,

Dr. H. Abd. Halim, M.Ag
NIP. 196307251991031003

Penguji I,

Dr. Nikmah Hadiati Salisah S.IP, M.Si
NIP. 197301141999032004

Penguji II,

Rahmad Harianto, S.IP, M.Med.Kom
NIP. 197805092007101004

Penguji III,

Pardianto, S.Ag., M.Si
NIP. 197306222009011004

Penguji IV,

Muchlis, S.Sos.I., M.Si
NIP. 197911242099121001

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama	: Mamiek Sayyidatus Shalihah
NIM	: B06215022
Fakultas/Jurusan	: Dakwah dan Komunikasi / Ilmu Komunikasi
E-mail address	: ayiek.mss@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☑ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

PERILAKU KOMUNIKASI PENGGEMAR *KPOP* (STUDI FENOMENOLOGI TENTANG PERILAKU PENGGEMAR *KPOP* SEBAGAI AUDIEN VIDEO MUSIK *GIRLBAND BLACKPINK* «DDU DU DDU DU» DI UIN SUNAN AMPEL SURABAYA

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 22 April 2019

Penulis

(Mamiek Sayyidatus Shalihah)

ABSTRAK

Mamiek Sayyidatus Shalihah, B06215022, 2019. Perilaku komunikasi penggemar *kpop* (Studi fenomenologi tentang perilaku penggemar *kpop* sebagai audien video musik *girlband Blackpink "ddu du ddu"* di UIN Sunan Ampel Surabaya)

Kata Kunci: perilaku, komunikasi, video musik, *kpop*

Persoalan yang hendak dikaji dalam penelitian ini yaitu: (1)Bagaimana komunikasi penggemar *kpop* sebagai audien video musik Blackpink *"ddu du ddu du"* di UIN Sunan Ampel Surabaya?. (2) Bagaimana perilaku penggunaan media dalam komunikasi penggemar *kpop* sebagai audien video musik Blackpink *"ddu du ddu du"* di UIN Sunan Ampel Surabaya?

Untuk mengungkap secara menyeluruh dan mendalam jawaban dari persoalan tersebut, dalam penelitian ini digunakan metode penelitian kualitatif untuk mendeskripsikan perilaku komunikasi penggemar *kpop* sebagai audien video musik Blackpink *"ddu du ddu du"* di UIN Sunan Ampel Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi dan didasari teori budaya popular.

Hasil penelitian ini ditemukan bahwa pada komunikasi penggemar *kpop* sebagai audien video musik Blackpink *"ddu du ddu du"* terdapat beberapa temuan penelitian yaitu, adanya perilaku berkomentar, bernyanyi, berdiskusi, mengunduh lagu, menunjukkan ekspresi, menggerakkan tubuh, berbagi informasi di media sosial, serta mencari terjemahan lagu. Perilaku tersebut dilakukan oleh penggemar *kpop* sebagai audien dari video musik *ddu du ddu du* milik Blackpink. Dari penelitian ini, peneliti berharap adanya kajian yang lebih mendalam mengenai perilaku mengonsumsi produk budaya populer dan nilai budaya, agama dan sosial yang dianut oleh penggemar kpop

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

ABSTRAK ……iii
MOTTO ……iv
KATA PENGANTAR ……v
DAFTAR ISI……...vi
DATAR TABEL……vii
DAFTAR GAMBAR……viii
BAB I……...1
PENDAHULUAN……1
A. Latar Belakang…….……1
B. Perumusan Masalah……...….…….3
C. Tujuan Penelitian……...….…….3
D. Manfaat Penelitian……...….……...3
1. Manfaat Teotitis……4
2. Manfaat Praktis……4
E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu…….……..5
F. Definisi Konsep…….,……..6
1. Perilaku…….……6
2. Komunikasi…….……..6
3. Video Musik…….……8
4. Girlband……8
G. Kerangka Pikir Penelitian……..10
H. Metode Penelitian……..11
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian……..11
2. Subjek, Objek, dan Lokasi Penelitian……..12
3. Jenis Dan Sumber Data……...13
4. Tahapan Penelitian……..15
5. Teknik Pengumpulan Data……..17
6. Teknik Analisis Data……...19
7. Teknik Pemeriksaan dan Keabsahan Data……..20
I. Sistematika Pembahasan……...21
BAB II……24
PERILAKU KOMUNIKASI……24
A. Kajian Pustaka……...24
1. Perilaku……...24
2. Komunikasi……25

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Kajian Teori……...35
BAB III……...42
PENYAJIAN DATA.……42
A. Deskripsi, Subjek, Objek, Dan Lokasi Penelitian……..……42
1. Deskripsi Subjek Penelitian……42
2. Deskripsi Objek Penelitian…….……48
3. Deskripsi Lokasi Penelitian……49
B. Deskripsi Data Penelitian……..49
1. Mencari informasi melalui media sosial…..……50
2. Berdiskusi dengan sesama penggemar……..……..52
3. Memberi komentar saat menonton video……53
4. Ikut bernyanyi……55
5. Menari terjemahan lirik lagu……...57
6. Membentuk sebuah grup di media sosial untuk bertukar informasi…59
7. Menggerakkan badan saat bernyanyi dan mendengarkan lagu……60
8. Pemilihan busana terinspirasi dari gaya berpakaian member *Blackpink* 62
9. Menginterpretasi pesan yang terdapat dalam *scene* video……..…64
10. Ketertarikan pada penampilan fisik anggota *Blackpink*…….....66
11. Kecenderungan mendownload dan memutar MP3-MP4……..…67
12. Tidak mengikuti komunitas……..68
BAB IV……71
ANALISIS DATA……..71
A. Temuan Penelitian……71
1. Perilaku Komunikasi Verbal……...74
2. Perilaku Komunikasi Non Verbal……...78
3. Perilaku Penggunaan Media……...……82
B. Konfirmasi Temuan Dan Teori…….……85
BAB V PENUTUP……93
A. Kesimpulan……..……93
B. Rekomendasi……93
DAFTAR PUSTAKA……....95
LAMPIRAN……...…97

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Hasil Kajian Penelitian Terdahulu …….….5

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Informan menunjukkan ekspresi 1……..….97
Gambar 2 : Informan menunjukkan ekspresi 2……..…….97
Gambar 3 : Informan menunjukkan ekspresi 3……..…….98
Gambar 4 : Informan menonton video lirik terjemahan…….……..98
Gambar 5 : Informan menggerakkan tubuh……..….…....99
Gambar 6 : Informan saat ikut bernyanyi……..……..99
Gambar 7 : Informan saat bernyanyi…….…..100
Gambar 8 : Ekspresi informan saat menonton……..……...100
Gambar 9 : Informan menggerakkan tubuh……101
Gambar 10 : Informan menunjukkan ekspresi……..……101
Gambar 11 : Informan munjukkan ekspresi 2……..……..102
Gambar 12 : Informan saat menunjukkan gaya berpakaian…….……....102
Gambar 13 : Informan saat bernyanyi……..103
Gambar 14 : Informan menggerakan tubuh……...103
Gambar 15 : Informan menggerakkan tubuh 2……..104
Gambar 16 : Informan menunjukkan ekspresi……...104
Gambar 17 : Ekpresi Informan menunjukkan ekspresi 2……...105
Gambar 18 : Percakapan informan dengan informan lainnya dalam grup di sosial media…….....105
Gambar 19 : Percakapan informan dengan informan lainnya dalam grup di sosial media……..106
Gambar 20 : Percakapan informan dengan informan lainnya dalam grup di sosial media……..106
Gambar 21 : Percakapan informan dengan informan lainnya dalam grup di sosial media……..107
Gambar 22 : Percakapan informan dengan informan lainnya dalam grup di sosial media……..107
Gambar 23 : Percakapan informan dengan informan lainnya dalam grup di sosial media…….....108
Gambar 24 : Percakapan informan dengan informan lainnya dalam grup di sosial media……..108
Gambar 25 : Informan 1 mengikuti tiga akun resmi anggota Blackpink……....109
Gambar 26 : Informan 2 mengikuti tiga anggota Blackpink……..109
Gambar 27 : Informan 3 mengikuti akun resmi agensi, akun resmi Blackpink dan tiga anggotanya……....…109
Gambar 28 : Informan 4 mengikuti akun resmi agensi, akun resmi Blackpink dan empat anggotanya……....110
Gambar 29 : Informan 5 mengikuti akun resmi Blackpink dan satu anggota Blackpink……110
Gambar 30 : Informan 6 mengikuti akun resmi satu anggota Blackpink……110
Gambar 31 : Informan 1 menyimpan MP3 lagu Ddu du ddu du……111
Gambar 32 : Playlist lagu yang tersimpan di ponsel informan 2……..111
Gambar 33 : Playlist lagu yang tersimpan di ponsel informan 3……..112
Gambar 34 : Playlist lagu yang tersimpan di ponsel informan 4……..112
Gambar 35 : Playlist lagu yang tersimpan di ponsel informan 5……..113
Gambar 36 : Playlist lagu yang tersimpan di ponsel informan 6……..113

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Korea Selatan merupakan salah satu negara di Asia yang memanfaatkan teknologi sebagai pertukaran Informasi dalam memperkenalkan budaya mereka. Istilah *Korean wave* atau *kpop* bukan lagi menjadi hal baru di Indonesia. *Korean wave* mulai dikenal di Indonesia setelah mewabahnya drama, musik, dan *fashion* mereka dihampir semua kalangan.

Di Industri musik Korea, semakin hari semakin banyak bermunculan penyanyi atau grup musik baik laki-laki ataupun perempuan. Musik yang telah di produksi kemudian masuk ke Indonesia dan menarik atensi masyarakat sehingga menimbulkan banyak reaksi. Promosi album musik dilakukan oleh perusahaan rekaman di Korea Selatan dengan mem-*blow-up* musik mereka melalui media internet.

Youtube memiliki peran sebagai salah satu saluran produsen musik mempromosikan video musik penyanyi mereka. Penerimaan masyarakat terhadap musik tersebut menyebabkan munculnya sekelompok penggemar yang kemudian dikenal dengan istilah *Kpopers*. Penggemar ini yang paling banyak mempengaruhi pencapaian sebuah single dan album dari sebuah grup atau penyanyi Korea dalam tangga lagu di suatu negara ataupun di dunia.

Fenomena video musik *boyband* atau *girlband kpop* menjadi menarik untuk diteliti karena produk musik mereka membawa budaya yang bisa dinikmati semua orang dan mampu mempengaruhi konsumen dengan sangat cepat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Perusahaan musik Korea berlomba-lomba mengkonsep video musik dengan kreatifitas tinggi guna menarik atensi *viewer* untuk menonton. Semakin banyak dilihat video musik tersebut berarti semakin banyak juga perhatian yang diberikan penonton pada video musik tersebut sehingga video tersebut akan dianggap populer.

Dilansir dari salah satu situs hiburan di Indonesia Kapanlagi.com pada tanggal 19 juli 2018, video musik dari salah satu *girlband* Korea, *Blackpink* dari album *Square Up* dengan single berjudul *ddu du ddu du* resmi memecahkan rekor dengan pencapaian *view* video musik tercepat hingga mencapai 200 juta penonton dalam kurun waktu 33 hari 23 jam dari hari perilisan yaitu 15 Juni 2018 pukul 16.00 WIB.[1]

Blackpink adalah salah satu *girlband* dari Korea Selatan yang bisa dikatakan sukses menarik perhatian *viewers* atau audien Youtube. Dengan rekor itu maka bisa dikatakan bahwa video musik tersebut sangat populer, modern, diminati banyak orang dari berbagai kalangan, serta memberikan hiburan orang yang menontonnya. Karena alasan tersebut, kegiatan menonton menjadi sebuah budaya populer. Kemudian muncul dampak dari praktik tersebut yaitu timbulnya perilaku pada penonton secara berbeda-beda. Perilaku tersebut bisa berupa reaksi yang disadari atau tidak disadari, perilaku yang berbentuk verbal atau non verbal serta perilaku dalam menggunakan media dalam komunikasi penggemar *kpop* sebagai audien video musik *Blackpink* yang berjudul *ddu du ddu du* di UIN Sunan Ampel Surabaya.

[1] Rahmi Safitri, "Pecahkan Rekor BTS, MV *Blackpink* ' *ddu du ddu du* ' Tercepat Raih 200 Juta View, https://m.kapanlagi.com/showbiz/asian-star/pecahkan-rekor-bts-mv-*Blackpink*-ddu-du-ddu-du-tercepat-raih-200-juta-view-62794.html, tanggal 13 Oktober 2018. Pukul 10.23 WIB

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Penggemar *kpop* adalah orang yang memiliki pengalaman lebih banyak dalam menonton video musik korea. Dari beberapa pengalaman peneliti di lingkungan Universitas Islam Negeri Surabaya ditemukan fakta bahwa video musik *Blackpink* dengan judul *ddu du ddu du* ini sering kali diputar dan menimbulkan bermacam-macam perilaku dari beberapa penggemar *kpop*, seperti beberapa macam gerak tubuh sebagai reaksi, ikut bernyanyi, dan sebagainya.

Fenomena inilah yang kemudian menjadi dasar pemikiran dalam melakukan penelitian ini guna mencari tau mengenai penjelasan tentang perilaku komunikasi penggemar *kpop* sebagai audien dari video musik tersebut. Dengan begitu akan memudahkan penelitian dalam mendeskripsikan perilaku komunikasi penggemar *kpop* sebagai audien menonton video musik video musik *Blackpink* dengan judul *ddu du ddu du* .

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti memberikan pertanyaan mengenai:

1. Bagaimana perilaku komunikasi penggemar *kpop* sebagai audien video musik *Blackpink "ddu du ddu du"* di UIN Sunan Ampel Surabaya?
2. Bagaimana perilaku penggunaan media dalam komunikasi penggemar *kpop* sebagai audien video musik *Blackpink "ddu du ddu du"* di UIN Sunan Ampel Surabaya?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Mendeskripsikan perilaku komunikasi penggemar *kpop* sebagai audien video musik *Blackpink "ddu du ddu du"* di UIN Sunan Ampel Surabaya
2. Mendeskripsikan perilaku penggunaan media dalam komunikasi penggemar *kpop* sebagai audien video musik *Blackpink "ddu du ddu du"* di UIN Sunan Ampel Surabaya

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

a. Memberikan gambaran mengenai suatu peristiwa umum yang biasa terjadi di masyarakat sebagai referensi dalam penelitian kedepannya dari segi aspek komunikasi, sosial, dan budaya.

b. Memperkaya pengetahuan dan memperluas wawasan tetang perkembangan komunikasi dan sosial dalam masyarakat

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Dengan dilakukannya penelitian ini, peneliti berharap hasil dari penelitian memberikan penjelasan mengenai perilaku komunikasi penggemar *kpop* sebagai audien video musik *Blackpink "ddu du ddu du"* di " *ddu du ddu du* ", serta memberikan pemahaman tentang faktor yang mempengaruhinya.

b. Bagi Pembaca

Penelitian ini bisa memberikan informasi tertulis ataupun sebagai referensi studi tentang pembahasan mengenai perilaku dan komunikasi dalam sebuah fenomena yang mengaitkan video musik di Youtube dan audiens.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

Judul	**Sikap Masyarakat Surabaya dalam menonton Video Klip PSY *Gangnam Style* di Youtube**
Tahun	2013
Nama Penulis	Chistoper
Jenis Karya	Jurnal Volume 1
Metode	Kuantitatif
Hasil Temuan	Ritme, bahasa lirik, bahasa *performance*, bahasa musikalisasi dan nada yang terdapat dalam video klip Gangnam Style diketahui dan disukai masyarakat Surabaya
Persamaan	3. Objek yang diteliti adalah video klip atau video musik di Youtube
Perbedaan	4. Menggunakan penelitian kuantitatif 5. Subjek penelitian berbeda
Judul	**Minat terhadap musik Korea di kalangan remaja di Yogyakarta** **(Studi pada penggemar *kpop* di daerah Sleman)**
Tahun	2013
Nama Penulis	Anisa Nur Andina
Jenis Karya	Skripsi
Metode	Kualitatif
Hasil Temuan	Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat remaja di Sleman, Yogyakarta terhadap musik *kpop* yaitu disebabkan oleh stimulasi emosional, stimulasi kognitif, faktor situasional, variasi musik
Persamaan	6. Menggunakan penelitian kualitatif
Perbedaan	7. Meneliti remaja penggemar *kpop* di Yogyakarta 8. Lokasi dilakukan di daerah Sleman

Tabel 1 : hasil kajian penelitian terdahulu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

F. Definisi Konsep

1. Perilaku

Menurut skinne perilaku adalah respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus atau rangsangan dari luar.[2] Perilaku merupakan suatu aktivitas yang terjadi pada organisme yang bisa diamati secara langsung atau tidak langsung dan disebabkan oleh adanya rangsangan terhadap organisme tersebut. Sebagai objek studi empiris, terdapat beberapa ciri-ciri dari perilaku yaitu perilaku memiliki klasifikasi yakni kognitif yang menunjuk pada sifat rasional, afektif yang mengarah ke emosional serta psikomotorik yaitu mengenai gerakan fisik.[3]

Bentuk perilaku yang akan diteliti adalah mengenai komunikasi verbal dan non verbal dari penggemar *kpop* sebagai audien video musik *Blackpink* di Youtube. Perilaku komunikasi verbal yang menjadi pusat perhatian pada penelitian ini berupa ucapan atau kata-kata yang keluar dari mulut penggemar *kpop* yang memiliki memiliki makna dan sedangkan yang perilaku komunikasi non verbal adalah berfokus pada perilaku yang bisa diamati secara fisik yaitu bahasa tindakan *(action language)* atau bahasa tubuh. Selain itu perilaku penggunaan media dalam berkomunikasi juga akan menjadi fokus pembahasan dalam penelitian ini.

2. Komunikasi

Komunikasi berasal dari bahasa Latin yaitu *communicatus* yang berarti berbagi atau menjadi milik bersama. Menurut Hoveland (1948) komunikasi

---

[2] Amanda Belina Tetinsya, *Teori Psikologi Sosial*, (Makasar: Fakultas Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Politik Universitas Hasanudin, 2013)
[3] Joyce Marcella Laurens, *Arsitektur dan Perilaku Manusia*, (Jakarta, PT Grasindo: 2005) hlm. 19

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

didefinisikan sebagai suatu proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya.[4] Komunikasi merupakan proses yang terjadi ketika komunikator dan komunikan berinteraksi dengan tujuan agar terjadi perubahan atau pembentukan perilaku sesuai dengan yang diharapkan. Komunikasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah komunikasii verbal dan non verbal.

Komunikasi verbal adalah proses interaksi antara manusia dengan menggunakan kata-kata lisan atau ucapan yang mempresentasikan berbagai aspek realitas individual manusia guna menyatuan pikiran, perasaan, dan maksud. Sedangkan komunikasi non verbal adalah komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan intreaksi non lisan atau isyarat. Menurut Larry A. Semovar dan Richard E. Porter, dalam setting komunikasi, komunikasi non verbal mencakup semua rangsangan kecuali rangsangan verbal yang dihasilkan oleh individu atau lingkungannya yang berisi nilai pesan potensial.[5]

Komunikasi verbal yang menarik perhatian peneliti yaitu mengenai ucapan atau kata-kata yang keluar dari mulut penggemar *kpop* sebagai bentuk reaksi ketika menjadi audien video musik *Blackpink* *"ddu du ddu du"* di Youtube. Sedangkan komunikasi non verbal yang dimaksudkan dalam penelitian ini merujuk pada bentuk perilaku penggemar *kpop* yang diamati secara fisik melalui bahasa tubuh atau bahasa tindakan.

---

[4] Marhaeni Fajar, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik*, (Yogyakarta, Graha Ilmu: 2009) hlm. 31
[5] Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung, PT. Remaja Rosda Karya: 2004) hlm. 308

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Video Musik

Video musik terdiri dari dua kata yaitu video dan musik. Dalam kamus besar bahasa Indonesia yang diakses melalui website resmi kbbi.kemdikbud.go.id, video diartikan sebagai rekaman gambar hidup atau program televisi untuk ditayangkan lewat pesawat televisi.[6] Sedangkan musik memiliki arti sebagai nada atau suara yang disusun demikian rupa sehingga mengandung irama, lagu, dan keharmonisan (terutama yang menggunakan alat-alat yang dapat menghasilkan bunyi-bunyi itu).[7] Jadi video musik bisa didefinisikan sebagai rekaman-rekaman gambar yang disajikan bersamaan dengan alunan irama atau lagu.

4. Girlband

Girlband atau grup vokal wanita adalah sekolompok wanita yang menyanyikan musik populer dengan harmonis, serasi atau selaras.[8] *Girlband* atau grup vokal wanita terdiri dari para wanita yang semuanya menjadi vokalis dari sebuah grup musik. Mereka menyanyikan lagu secara bersama dengan diiringi musik sehingga membentuk keharmonisan dalam bernyanyi. Selain itu *girlband* atau grup vokal wanita biasanya juga menyertakan gerakan tari ketika bernyanyi.

Dalam penelitian ini *girlband* yang dipilih menjadi fokus penelitian adalah salah satu *girlband* yang barasal dari Korea Selatan yaitu *girlband Blackpink*. *Blackpink* adalah salah satu *girlband* yang terdiri dari 4 orang dan

---

[6] Kemdikbud, Video, https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/video, pada tanggal 26 Oktober 2018, pukul 09.00 WIB

[7] Kemdikbud, Musik, https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/musik, pada tanggal 26 Oktober 2018, pukul 09.10 WIB

[8] "Grup Vokal Wanita" https://en.m.wikipedia.org/wiki/Grup_vokal_wanita. pada tanggal 8 November 2018. Pukul 22.57 WIB

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terbentuk pada tahun 2016 oleh YG *Entertaiment*.[9] Yang menjadi objek penelitian dalam penelitian ini adalah salah satu video musik dari *girlband* ini yang berjudul *ddu du ddu du*.

Ddu du ddu du merupakan salah judul lagu yang dinyanyikan oleh *girlband Blackpink*. Lagu ini ditulis oleh Teddy Park dan diproduseri oleh Teddy Park, 24, Bekuh Boom, R.Tee. Lagu ini dirilis pada tanggal 15 Juli 2018 dibawah label musik YG *Entertainment* dan *Genie Music* sebagai single utama dalam album *Square Up girlband Blackpink*. Video musik dari lagu ini dirilis di tanggal yang sama melalui beberapa portal musik dan video temasuk Youtube.[10]

Lagu *ddu du ddu du* merupakan lagu yang mengusung genre *future trap* dan dikombinasi ketukan-ketukan trap yang ringan (salah satu genre dalam *electronic dance music* atau EDM), menghubungkan *Synth* (instrument musik yang menghasilkan suara elektonik) yang riang dan melodi vokal yang menular.[11] Pada 23 Agustus 2018, video musik ini mencapai 300 juta penayangan di Youtube dalam waktu sekitar 69 hari sehingga menjadi video musik Korea Selatan pertama yang mencapai prestasi dalam waktu singkat.[12]

---

[9] "*Blackpink*" https://en.m.wikipedia.org/wiki/*Blackpink*. pada tanggal 8 November 2018. Pukul 23.28 WIB

[10] "*DDU DU DDU DU*" https://en.m.wikipedia.org/wiki/Ddu-Du_Ddu-Du. pada tanggal 15 Oktober 2018. Pukul 14.20 WIB

[11] Bryan Rolli "*Blackpink*'s 'Ddu-Du Ddu-Du' Reaches 50 Million Youtube Views In Record Time For K-Pop Girl Group" https://www.forbes.com/site/bryanrolli/2018/06/18/*Blackpink*-ddu-du-ddu-du-youtube-50-million-views/#2ef1474a6e12 pada tanggal 22 Oktober 2018. Pukul 19.00 WIB

[12] J.Lim "*BLACKPINK*'S "Ddu-Du-Ddu-DU" Sets New Record For Fastest K-Pop Group MV To Reach 300 Million Views. http://www.soompi.com/articel/1219121wpp/*Blackpink*s-ddu-du-ddu-du-sets-new-record-fastest-k-pop-group-mv-reach-300-million-views pada tanggal 22 Oktober 2018. Pukul 19.20 WIB

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

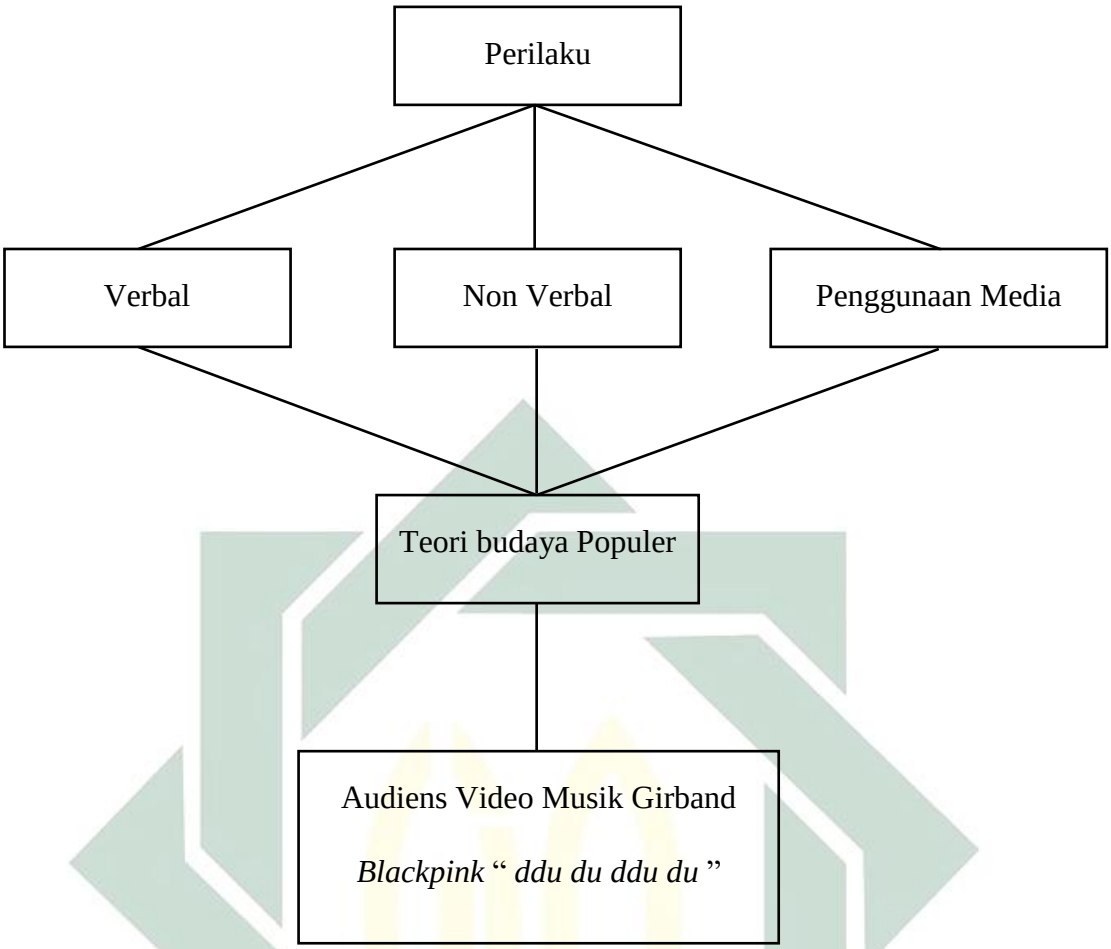
G. Kerangka Pikir Penelitian

Budaya memiliki keterkaitan erat dengan media. Teknologi komunikasi mampu membawa budaya kearah yang lebih modern sehingga kemudian munculah istilah budaya populer. Pada penelitian ini teori yang diganakan adalah menurut dari John Storey. Penerimaan secara besar-besaran oleh masyarakat terhadap sesuatu yang baru yang kemudian di praktikan dalam kehidupan masyarakat hingga membentuk budaya baru atau yang disebut budaya populer. Budaya dan populer terdiri dari dua kata yaitu budaya dan populer. Budaya populer atau budaya pop muncul sebagai dampak dari perkembangan teknologi.

Budaya ini datang dari ide-ide yang disalurkan melalui media massa dengan bermacam bentuk yang bisa dinikmati oleh semua kalangan. Popularitas menjadi poin utama yang diperhatikan dalam budaya ini. Oleh karena kepopularitasan tersebut, budaya atau praktik itu kemudian menjelma menjadi suatu fenomena. Jadi budaya populer merupakan sebuah bentuk kebudayaan yang dihasilkan oleh media sebagai penyebar informasi dan diterima serta diminati oleh orang banyak. Bentuk dari budaya populer bermacam-macam dan biasanya berkaitan dengan keseharian masyarakat seperti fashion, musik, kosmetik dan lain sebagainya.

Yang menjadi perhatian peneliti dalam penelitian ini yaitu perilaku yang dihasilkan dari kegiatan menonton musik video di youtube. Gambaran dari perilaku dicari yaitu ketika subjek mengenali objek melalui praktik menonton di Youtube yang kemudian menimbulkan perilaku verbal dan non verbal terhadap subjek.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id



H. Metode Penelitian

Adapun metode penelitian yang digunakan untuk meneliti kasus atau fenomena tersebut yaitu :

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif dalam mengungkapkan fakta dari lapangan. Penelitian deskriptif merupakan jenis penelitian yang memiliki tujuan menjelaskan atau menggambarkan suatu fenomena tertentu dengan mendeskripsikan hubungan variabel dengan fenomena yang diteliti. Penelitian ini menganalisis dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menguraikan data secara sistematis sehingga menghasilkan kesimpulan yang akurat.

Sedangkan pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi melalui pengumpulan informasi untuk memahami suatu peristiwa atau pengalaman serta hal-hal yang berkaitan dengan pelaku yang terlibat dalam situasi tertentu.[13] Pendekatan fenomenologi berusaha memahami makna dari suatu peristiwa yang berfokus pada pengalaman subjektif manusia.

Pendekatan fenomenologi digunakan dalam penelitian ini dengan alasan pengalaman pengalaman yang dirasakan oleh audien video musik *"ddu du ddu du"* yang dinyanyikan oleh *girlband Blackpink* ini tidak selalu sama. Terdapat banyak faktor yang berpengaruh dalam pembentukan sikap sehingga perubahan pada perilaku komunikasi juga bervariasi bentuknya.

2. Subjek, Objek dan Lokasi penelitian

Berikut Subjek, Objek dan lokasi yang akan dipilih dalam penelitian :

a. Subjek

Subjek yang dipilih adalah informan yang mampu memahami permasalahan yang akan ditelaah dalam penelitian ini serta bisa memberikan informasi yang luas dan tepat guna dijadikan sumber data penelitian. Subjek yang terlibat dalam penelitian ini merupakan penggemar *kpop* di UIN Sunan Ampel Surabaya yang menjadi audien video musik *Blackpink- ddu du ddu du* sebagai informan. Ciri-ciri informan yang dipilih yaitu :

[13] Deddy Mulyana & Solatun, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), hlm.91

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Mengetahui banyak informasi tentang musik Korea
2. Sering mendengarkan musik berbahasa korea
3. Merupakan penonton video musik korea di Youtube
4. Pernah menonton video musik *girlband Blackpink* yang bejudul *ddu du ddu du*

b. Objek

Adapun objek yang menjadi sasaran dalam penelitian, peneliti menggunakan video musik korea di Youtube yaitu lagu *ddu du ddu du* dari grup *girlband Blackpink*.

c. Lokasi

Untuk mendapatkan data yang di butuhkan, peneliti perlu mempertimbangkan penentuan lokasi berdasarkan kemungkinan tidaknya dimasuki dan dikaji lebih dalam. Maka lokasi yang dipilih oleh peneliti dalam penelitian dengan judul Perilaku Penggemar *kpop* Dalam Menonton Video Musik (Studi Fenomenologi Tentang Perilaku Penggemar *kpop* Sebagai audien Dalam Menonton Video Musik *girlband Blackpink "ddu du ddu du"* Di Youtube), yaitu Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

3. Jenis dan Sumber Data

Peneliti menggunakan jenis dan sumber data sebagai berikut :

a. Jenis Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang disajikan dalam bentuk verbal. Data kualitatif penelitian ini berupa

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

gambaran perilaku dalam sebuah fenomena yang dihasilkan melalui wawancara dan observasi kepada subjek yang menjadi informan.

b. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian dibagi menjadi dua jenis yaitu data primer dan data sekunder

5. Data Primer

Data Primer diperoleh melalui wawancara kepada mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya yang gemar menonton video musik *kpop* dan yang merupakan audien musik video *Blackpink "ddu du ddu du"* di Youtube. Pencarian informasi melalui wawancara dan observasi dilakukan tersebut secara langsung di lapangan tanpa adanya perantara. Hasil wawancara dan observasi kemudian dicatat secara tertulis atau rekaman audio.

Dalam pemilihan informan, peneliti menggunakan teknik snowball sampling. Teknik *snowball sampling* adalah teknik penentuan sampel yang berawal dari jumlah kecil kemudian membesar. Pertama dipilih satu atau dua orang tetapi jika data yang diperoleh kurang makan peneliti akan mencari orang lain yang lebih tahu agar bisa melengkapi data sebelumnya.[14]

6. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data tambahan yang menjadi penguat dan pendukung data yang telah peroleh melalui wawancara dan observasi sebelumnya. Data tambahan ini adalah data yang telah diteliti sebelumnya oleh pihak lain dan

[14] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung Alfabeta, 2013) hlm. 85

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berhubungan dengan subjek kemudian dikumpulkan dan disusun dalam bentuk catatan sebagai bukti. Peneliti mengambil data sekunder melalui catatan yang terdapat dalam buku, majalah, arsip, dan dokumentasi yang berhubungan dengan tema yang akan diteliti.

4. Tahapan Penelitian

Penelitian kualitatif memiliki beberapa tahapan penelitian yaitu terdiri dari tahap pra-lapangan, tahap lapangan, dan tahap penulisan laporan.

a. Tahap Pra-Lapangan

Pada tahap pra-lapangan terdapat beberapa langkah yang perlu dilakukan peneliti. Berikut adalah kegiatan-kegiatan yang harus dilakukan peneliti pada tahap pra-lapangan:

1. Menyusun Rancangan Penelitian

Pada tahap ini, peneliti membuat proposal penelitian yang telah didiskusikan sebelumnya dengan beberapa dosen termasuk dosen pemBimbing dan mahasiswa lainnya secara terus-menerus. Peneliti terlebih dahulu mengajukan judul penelitian kepada dosen pemBimbing untuk didiskusikan hingga diterima. Setelah itu peneliti membuat kerangka proposal.

2. Memilih Lokasi Penelitian

Peneliti memilih UIN Sunan Ampel Surabaya karena pada tempat ini peneliti yakin mampu melakukan penelitian dengan fenomena yang diajukan peneliti sebelumnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Menjajaki dan Menilai Lokasi Penelitian

Tahap ini diperlukan untuk menilai keadaan, situasi, latar belakang dan konteks penelitian sehingga peneliti siap terjun ke lapangan dan menemukan sasaran yang terkait dengan tema yang akan diteliti.

4. Memilih dan Memanfaatkan Informan

Pada tahap ini peneliti memilih seorang informan yang menjadi sasaran dalam penelitia ini yaitu mahasiswa UIN Sunan Ampel yang menggemari *kpop*. Informan tersebut yang nantinya dimanfaatkan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk data penelitian.

5. Menyiapkan Perlengkapan Penelitian

Pada tahap ini peneliti mempersiapkan segala sesuatu atau kebutuhan yang akan dipergunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menyiapakan naskah untuk wawancara serta literatur untuk mendukung penelitian ini.

6. Persoalan Etika Penelitian

Etika menjadi hal yang tidak boleh luput daari perhatian peneliti. Peneliti harus menghargai narasumber dan bersikap sopan, tidak melontarkan pernyataan dan pertanyaan yang dapat menyinggung informan. Keaslian data dan penulisan narasumber juga perlu diperhatikan karena termasuk dalam etika penulisan hasil penelitian.

b. Tahap Pekerjaan Lapangan

Dalam tahap pekerjaan lapangan dibagi atas tiga bagian yaitu:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Memahami Latar Penelitian dan Persiapan Diri

Pada saat melakukan pekerjaan lapangan, hal pertama yang harus dilakukan oleh peneliti adalah mempersiapkan diri peneliti dan memahami latar penelitian. Dengan begitu akan memudahkan peneliti dalam menentukan model pengumpulan datanya kedepannya.

2. Memasuki Lapangan

Pada tahap ini, peneliti menjalin hubungan yang baik dengan subjek penelitian serta mengedepankan etika berbicara, sikap tebuka agar keakraban bisa terjalin, dan tetap menjaga norma-norma yang berlaku di dalam lapangan penelitian tersebut.

3. Berperan serta sambil mengumpulkan data

Dalam tahap ini peneliti mencatat data yang diperoleh melalui wawancara atau observasi ke dalam catatan lapangan.

4. Tahap Penulisan Laporan

Penulisan laporan merupakan tahapan akhir dalam pekerjaan lapangan. Hasil penulisan laporan di akhir bergantung pada bagaimana peneliti menyesuaikan penulisan dengan prosedur sehingga memperoleh hasil penelitian dengan kualitas yang baik.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Teknik pengumpulan data dengan wawancara tak berstruktur dan dilakukan untuk memperoleh data yang berupa informasi tertentu. Dalam

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penelitian, peneliti mengumpulkan data melalui wawancara terbuka penggemar *kpop* di UIN Sunan Ampel Surabaya yang menjadi audien Youtube. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar peneliti bisa memperoleh bermacam-macam jawaban sesuai dengan pemikiran dari masing-masing informan.

Untuk mempermudah dalam pengolahan data, maka peneliti mengurangi kemungkinan jawaban yang tidak sesuai atau tidak relevan dengan cara mengarahkan pertanyaan pada fokus yang akan diteliti. Adapun alat bantu juga diperlukan dalam wawancara, oleh karena itu peneliti menggunakan catatan tertulis dan alat perekam untuk menyimpan semua informasi yang disampaikan informan.

b. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data tanpa terlibat langsung di lapangan yaitu dengan mengamati dan memantau aktivitas subjek yang diteliti secara tidak langsung. Teknik ini digunakan dengan alasan apa yang dikatakan informan sering kali berbeda dengan apa yang terjadi di lapangan. [15]

Menurut Sutrisno Hadi (1986), Observasi adalah proses yang terdiri dari berbagai proses biologis dan psikologis yang kemudian membentuk sistem. Peneliti akan terlibat dan melakukan pengamatan secara langsung pada aktivitas atau kegiatan mahasiswa UIN Sunan Ampel penggemar *kpop* ketika menonton video musik melalui Youtube.

[15] Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitataif,* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2001) hlm. 138

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Dokumentasi

Dokumentasi dijadikan sebagai bukti dalam penelitian saat peneliti melakukan wawancara dengan subjek.

6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data memiliki fungsi sebagai pengarah dalam menjawab permasalahan yang ditelaah. Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat dengan mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. [16]

Adapun teknik data data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model interaktif menurut Miles dan Huberman yaitu reduksi data, penyajian data dan kesimpulan. Peneliti menggunakan analisis data ini dengan tujuan untuk mendeskripsikan data yang dikumpulkan baik melalui wawancara, observasi, dokumen dan lain sebagainya sehingga dapat memberikan kejelasan terhadap fenomena. Analisis Model Miles dan Huberman memiliki tiga komponen analisis, yaitu reduksi data, penyajian data dan kesimpulan dengan uraian sebagai berikut :

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data merupakan perangkuman, pemilihan hal-hal yang pokok dan pemusatan perhatian pada hal-hal penting selama proses pengambilan data di lapangan. Dengan begitu data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan dalam pengambilan data selanjutnya.[17] Dalam

[16] *Op.Cit.*, Sugiyono, hlm. 244
[17] *Op.Cit.*, Sugiyono, hlm. 247

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

proses reduksi data peneliti akan melakukan membagian data dengan memfokuskan data yang menjadi fokus utama, mengambil data yang pokok dan penting dan membuang yang tidak perlu.

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data merupakan tahap lanjutan dari reduksi yaitu dapat berupa uraian singkat, teks naratif, bagan, hubungan antar kategori dan lainnya.[18] Penyajian data dilakukan dalam penelitian guna memberikan pemahaman yang lebih mudah apa yang terjadi dan dapat melanjutkan tahapan selanjutnya.

c. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing*)

Ini merupakan tahapan akhir dalam analisis model Miles dan Huberman yang berupa deskripsi atau gambaran hasil temuan yang telah memperoleh kejelasan dan lebih terperinci dengan didukung oleh data yang telah diverifikasi sehingga menemukan kecocokan, valid dan kredibel.[19]

7. Teknik Pemeriksaan dan Keabsahan Data

Dalam penelitian ini diperlukan rencana uji keabsahan terkait kredibilitas data. Maka dalam penelitian ini digunakan pengecekan keabsahan data hasil penelitian guna memperoleh data yang saling berhubungan, maka peneliti melakukan beberapa cara meliputi:

[18] *Op.Cit.*, Sugiyono, hlm. 249
[19] *Op.Cit.*, Sugiyono, hlm. 253

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Triangulasi data

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai susmber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. [20] Triangulasi menggunakan sumber, metode penyidik dan teori dari luar penelitian ini sebagai pembanding terhadap data-data yang terkumpul. Peneliti memperoleh data dari sumber dan waktu berbeda melalui proses pengecekan dan pembandingan sehingga memberikan peningkatan pemahaman peneliti terhadap apa yang ditemukan.[21] Beberapa tahapan perlu dilakukan oleh peneliti yaitu membandingkan hasil wawancara serta pengamatan dengan data hasil wawancara dan dokumen yang berkaitan. Yang ingin diketahui dari perbandingan ini adalah mengetahui perbedaan dari hasil temuan dengan alasan-alasan apa yang melatarbelakanginya sehingga memudahkan dalam mencari validitas data.

b. Diskusi teman sejawat

Dalam penelitian ini sikap terbuka dan jujur sangat diperlukan oleh peneliti untuk mempermudah dalam memperoleh hasil penelitian yaitu melalui cara berdiskusi dengan teman sejawat. Temuan data yang telah terkumpul akan didiskusikan dan dianalisis bersama pihak yang dianggap memahami kajian pembahasan dalam penelitian.

I. Sistematika Pembahasan

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

---

[20] *Op.Cit.*,Sugiyono, hlm. 273
[21] *Op.Cit.*, Sugiyono, hlm. 241

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini terdiri dari sembilan sub bab yang terdiri dari : Latar belakang dari fenomena yang akan diteliti, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, manfaat penelitian, kajian hasil penelitian terdahulu, definisi konsep, kerangka pikir penelitian, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II: KAJIAN TEORITIS

Pada bab ini berisi mengenai penjelasan tentang kerangka teoritik yang meliputi pembahasan kajian pustaka dan kajian teoritik. Kajian pustaka dan kajian teoritik yang berkaitan dengan judul penelitian, yaitu : PERILAKU KOMUNIKASI PENGGEMAR *KPOP* (STUDI FENOMENOLOGI TENTANG PERILAKU KOMUNIKASI PENGGEMAR *KPOP* SEBAGAI AUDIEN VIDEO MUSIK *GIRLBAND BLACKPINK "ddu du ddu du"* DI UIN SUNAN AMPEL SURABAYA)

BAB III: PENYAJIAN DATA

Bab ini menguraikan mengenai setting penelitian yang berupa penentuan lokasi dan klasifikasi subjek dalam penelitian.

BAB IV : ANALISIS DATA

Bab ini adalah bab yang berisi laporan pengumpulan data dan analisis sesuai dengan temuan dilapangan yang kemudian di hubungkan dengan teori, konsep, atau hasil temuan sebelumnya.

BAB V : PENUTUP

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bab ini adalah bab terakhir yang berisi jawaban dari tujuan penelitian dalam sub-bab kesimpulan serta usulan yang realisti dalam sub-bab saran.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

PERILAKU KOMUNIKASI

A. Kajian pustaka

1. Perilaku

Perilaku adalah reaksi yang muncul setalah adanya rangsangan kepada suatu organisme yang bisa diamati atau secara langsung atau tidak langsung.[22] Perilaku merupakan hasil dari proses sosial yang terjadi setelah adanya peristiwa, kejadian, atau pengalaman yang dialami oleh manusia dan bisa berubah-ubah tergantung situasi dan kondisi.

Carl Rogers berpendapat bahwa setiap individu menjadi pusat dalam pengalaman masing-masing dalam kehidupan pribadi mereka. Perilaku manusia berbicara tentang persepsi mengenai identitas diri dalam sebuah fenomena hingga menimbulkan reaksi yang telah dipresepsikan sesuai dengan konsep diri dari individu tersebut.[23] Selain itu manusia juga berperilaku didasari oleh persepsi untuk mengaktualisasi diri, memenuhi kebutuhan, mendapatkan rasa aman, berperilaku konstruktif dan rasional untuk mengembangkan diri dalam kehidupannya.

Dalam psikologi komunikasi terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku manusia. Dalam penelitian ini, peneliti akan membahas beberapa faktor yang berkaitan dengan tema peneliti tentang perilaku komunikasi. Yang pertama adalah faktor biologis, faktor ini adalah faktor alami dari diri

---

[22] Amanda Belina Tetinsya, *Teori Psikologi Sosial*, (Makasar: Fakultas Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Politik Universitas Hasanudin, 2013)
[23] John M. Mowen/ Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, Erlangga, 2002, hlm. 32.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

manusia itu sendiri yang berkaitan dengan segala aktifitas yang dilakukan manusia dalam sebuah lingkungan kehidupan, seperti agama, kebudayaan dan lainnya. Menurut Wilson, dalam jiwa manusia telat diprogram aturan-aturan yang menjadi pengarah individu dalam berperilaku sosial.[24] Perilaku timbul karena faktor bawaan dari manusia itu sendiri yang mendorong manusia untuk berperilaku, bukan karena didasari oleh pengaruh lingkungan dan situasi disekitarnya.

Yang kedua faktor sosiopsikologis yang datang dari proses sosial yang terjadi dalam lingkungan individu itu sendiri. Proses sosial mempengaruhi perilaku individu dalam berperilaku. Biasanya perilaku-perilaku yang muncul pada kehidupan individu tersebut didasari oleh beberapa motif-motif. Selain itu ada faktor yang mempengaruhi perilaku dilihat dari segi situasi. Faktor lingkungan melihat perilaku individu terjadi didasari oleh kebebasan diri dalam lingkungannya, mempengaruhi persepsi, pola, dan hubungan komunikasi antar manusia di suatu lingkup kehidupan. Dalam penelitian ini pembahasan mengenai perilaku mencakup perilaku dalam berkomunikasi. Bentuk komunikasi yang dimaksud adalah komunikasi verbal dan non verbal yang tampak pada aktivitas objek yang akan diteliti.

2. Komunikasi

Komunikasi atau *communication* dalam bahasa inggris berasal dari kata latin *communis* yang berarti sama atau *community* (komunitas) yang mengarahkan pada kesamaan atau kebersamaan.[25] Komunikasi memiliki banyak definisi dan

[24] Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, Remaja Rosda Karya, 2012, hlm. 34.
[25] Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi suatu pengantar*, Remaja Rosda Karya, 2014, hlm. 46.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

masih sering diperdebatkan oleh beberapa ahli. Peneliti menyimpulkan definisi dari komunikasi secara umum adalah persamaan dalam berpresepsi, memaknai sesuatu, atau persamaan dalam mengartikan pesan sesuai aturan yang berlaku dalam suatu kelompok. John B. Hoben berasumsi bahka komunikasi adalah suatu kegiatan pertukaran verbal tentang pikiran dan gagasan.[26] Komunikasi mempengaruhi perubahan perilaku, pengetahuan dan pikiran komunikan melalui pesan yang disampaikan komunikator dalam suatu proses sebab akibat.

Deddy Mulyana mengelompokkan komunikasi menjadi 5 fungsi :

a. Komunikasi sosial

Komunikasi sosial dalam pembahasan ini adalah komunikasi yang digunakan sebagai panduan dalam proses membangun dan mempertahankan hubungan dengan orang lain melalui pemaknaan suatu kondisi dan situasi dalam sebuah lingkungan. Budaya menjadi unsur penting yang memudahkan individu memmahami nilai, aturan, atau norma yang dianut dalam suatu kelompok. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, komunikasi menyamakan persepsi, ide gagasan, atau pikiran satu orang dengan yang lainnya sehingga membentuk sebuah budaya. Budaya diwariskan secara turun-temurun dan berperan sebagai pengikat individu dalam menjalani kehidupan di suatu kelompok dalam lingkungannya.

Keberadaan budaya mengantarkan seseorang agar dapat memahami nilai-nilai yang dianut dari kelompoknya sehingga mempermudah dalam berinteraksi atau mengatasi suatu masalah dalam kelompok tersebut. Komunikasi menentukan,

[26] Ibid., hlm. 61.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memelihara, mengemangkan, atau mewariskan budaya.[27] Misalnya seperti kondisi yang terjadi di Indonesia sekarang. Dengan keadaan sistem informasi dan komunikasi yang semakin berkembang, wajar saja jika penggunaan teknologi canggih mendorong budaya baru yang bermacam-macam muncul dan memperngaruhi sikap, keyakinan, perilaku dan pola pikir masyarakat di Indonesia.

Komunikasi sosial mendorong manusia bergerak untuk memperoleh kepuasan diri dengan mencari kenyaman, ketentraman dan rasa terhibur. Manusia mencoba memahami dan mempelajari komunikasi verbal dan non verbal yang ditunjukkan oleh orang sekitarnya untuk mengkonsep diri mereka. Selain itu, komunikasi juga berperan dalam memutuskan apa yang akan dilakukan oleh individu dengan mempertimbangkannya dengan meminta pendapan atau berkonsultasi kepada orang yang dipercaya.

b. Komunikasi ekspresif

Komunikasi juga berfungsi untuk menyampaikan pesan berbentuk emosi, pandangan hidup atau perasaan. Komunikasi non verbal lebih mendominasi dalam menunjukkan perasaan dibandingkan dengan komunikasi verbal. Terkadang sebagai orang sangat sulit mengatakan apa yang ada di benak mereka. Seperti contoh ketika seorang marah, meskipun orang tersebut tidak mengatakannya namun melihat ekspresi atau gerak-geriknya orang lain bisa mengetahuinya.

[27] Ibid., hlm. 6.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Perasaan atau emosi bisa diapalikasikan dan dituangkan dalam bentuk hasil karya seperti novel, musik, lukisan dan seni lainnya. Namun di jaman ini musik lebih sering dijadikan sasaran dalam menyalurkan rasa dibandingkan seni lainnya. Dengan semakin banyaknya macam-macam genre dalam musik mampu menarik perhatian hampir semua kalangan di seluruh penjuru dunia. Musik menjadi sarana penyebaran budaya baru melalui instrument-instrument baru dengan nuansa yang bermacam-macam hingga menjadi bagian dari realitas sosial.

c. Komunikasi ritual

Komunikasi ritual tidak berbeda jauh dengan komunikasi ekspresif namun komunikasi ritual berkaitan dengan budaya dalam suatu kelompok. Budaya tersebut telah disepakati, diyakini, dan diaplikasikan secara umum dalam kelompok tersebut serta memiliki makna dan nilai tertentu. Dalam sebuah ritual terjadi komunikasi yang bersifat simbolik dimana setiap orang dalam kelompok menunjukkan perilaku yang syarat dengan makna dan nilai.[28] Misalnya dalam sebuah pernikahan yang dilakukan oleh umat islam terdapat kegiatan ijab qobul yang menjadi bagian terpenting dalam sebuah pernikahan karena memeiliki makna yang sangat dalam. Salah satu contoh komunikasi ritual bersifat ekspresif seperti ketika salah satu tetangga meninggal dan beberapa tetangga yang lain datang untuk mendoakannya sebagai bentuk empati dan berbela sungkawa.

d. Komunikasi instrumental

Komunikasi instrumental merupakan komunikasi bersifat persuasif. Komunikasi ini memiliki tujuan untuk menginformasikan, mengubah sikap atau

[28] Ibid., hlm. 27.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

keyakinan, mengubah perilaku, untuk menghibur, atau mendorong untuk bertindak.[29] Komunikasi persuasif menyorot pada proses penyusunan strategi dengan tujuan mengarahkan khalayak agar mengalami perubahan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator.

e. Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal adalah proses komunikasi yang di dalamnya pesan disampaikan menggunakan satu kata tau lebih.[30] Komunikasi verbal disebut juga komunikasi yang menggunakan bahasa. Bahasa dapat didefinisikan sebagai simbol-simbol yang disusun menjadi satu hingga membentuk makna sesuai dengan aturan yang telah disepakati bersaman dalam seatu komunitas. Bahasa verbal merupakan sarana dalam mengungkapkan apa yang dipikirkan, dirasakan, dan apa yang dimaksudkan. Bahasa menjadi jembatan yang menghubungkan individu dengan individu lainnya dalam bersosialisasi. Bahasa verbal menggunakan kata-kata yang menggambarkan berbagai aspek realitas kehidupan manusia.

Pesan verbal adalah pesan yang terdiri dari semua jenis simbol yang membentuk kata dan memiliki arti. Komunikasi verbal tebentuk karena adanya stimulus yang mendorong supaya mengungkapkan isi pikiran secara lisan ketika berinteraksi dengan orang lain dan dilakukan secara sadar.[31] Kesamaan budaya akan mempermudah individu dalam berinteraksi dengan individu lainnya sebab pengalaman yang dialami juga sarupa sehingga komunikasi yang terjadi menjadi sukses sesuai harapan. Namun, makna dari sebuah kata bisa berubah tergantung

[29] Ibid., hlm. 33.
[30] Ibid., hlm. 260.
[31] Ibid., hlm. 260.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ruang dan waktu. Kata-kata baru atau istilah-istilah baru bisanya muncul menggeser makna yang sesungguhnya sehingga kata kata yang lama jarang terpakai dan menghilang satu persatu.

Fungsi Bahasa

Dengan bahasa permasalahan yang terjadi dalam sebuah kehidupan manusia dapat dengan mudah terselesaikan. Hal ini disebabkan oleh fungsi bahasa sebagai unsur penting dalam memecahkan masalah, membuat keputusan, dan merancang solusi. Dengan begitu, kemudian terciptalah kehidupan yang sesuai dengan harapan, tentram, sejahtera serta kebutuhan yang terpenuhi. Bahasa juga berfungsi untuk identifikasi sosial, menamai objek atau peristiwa tertentu.

Menurut Larry L barker, bahasa memiliki tiga fungsi : penamaan, interaksi, dan transmisi informasi.[32] Identifikasi mengarah pada usaha dalam mengenalkan objek, tindakan atau orang dengan penyebutan menggunakan nama. Fungsi interkasi melihat bahasa sebagai pengungkapan gagasan dan emosi yang mampu mempengaruhi perasaan yang dirasakan orang lain. Bahasa mentransmisi informasi agar dapat tersampaikan kepada orang lain bahkan tanpa batas waktu.

Fungsi bahasa secara umum adalah sebagai berikut :

a) Memberikan menjadi sarana untuk berhubungan dan bergaul dengan orang lain guna memperoleh kesenangan
b) Bahasa menjadi alat untuk mencapai tujuan yang diinginkan dengan mempengaruhi orang lain
c) Mengendalikan lingkungan disekitar kita

[32] Ibid,. hlm. 266.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d) Dengan bahasa seseorang bisa mempelajari banyak hal termasuk apa yang disukai
e) Memprediksi apa yang lawan bicara lakukan atau apa yang akan dikatakan
f) Mempermudah memahami diri sendiri atau orang lain
g) Kata kata mengandung bias budaya

Bahasa selalu berkaitan dengan konteks budaya. Bahasa memiliki posisi sebagai perluasan budaya. Setiap bahasa menjurus pada penggunaan simbol yang membentuk kata, yang melukiskan realitas pikiran, pengalaman batin dan kebutuhan pemakainya. Bahasa mempengaruhi pemaikainya untuk berpikir, berpresepsi, dan bersikap secara berbeda, melihat apa yang ada di lingkungan sekitar mereka sehingga menimbulkan perilaku yang berbeda pula.

f. Komunikasi Non Verbal

Pesan non verbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata. Larry A. Samovar dan Richard E. Porter mengatakan bahwa komunikasi non verbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan non verbal) dalam suatu setting komunikasi.[33] Rangsangan dalam komunikasi non verbal memiliki nilai potensial bagi komunikator atau komunikan. Komunikasi non verbal yang dilakukan secara disengaja taupun tidak disengaja selalu menjadi bagian dari komunikasi itu sendiri.

Pesan verbal dan non verbal memiliki persamaan yaitu selalu menjadi bagian dari budaya yang telah disepakati dan dipelajari. Isyarat non verbal yang dilakukan di suatu komunitas belum tentu sama dengan komunitas lain. Hal ini

[33] Ibid,. hlm. 343.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dikarenakan oleh isyarat non verbal tidak bersifat universal. Umumnya perilaku non verbal ditunjukkan melalui respon fisik dan emosional terhadap rangsangan lingkungan. Pergerakan dari anggota tubuh merupakan reaksi dari pengaruh rangsangan yang datang, jenis pergerakan yang dilakukan biasanya memiliki kesamaan dengan orang lain yang berada disekitarnya. Perilaku non verbal tidak bisa dikontrol atau berada diluar kesadaran kita, bersifat spontan, tidak jelas, dan begitu cepat. Isyarat non verbal muncul beriringan dengan komunikasi verbal, tidak dipisahkan atau terjadi sendiri-sendiri. Pesan non verbal berfungsi untuk membantu seseorang menafsirkan seluruh makna pengalaman komunikasi.

Fungsi komunikasi non verbal

Istilah non verbal digunakan untuk menggambarkan kejadian komunikasi diluar penggunaan bahasa atau ucapan serta tulisan. Perilaku non verbal menjadi bentuk penegasan atau penekanan dan pengganti dari komunikasi verbal. Perilaku verbal bisa lebih dipahami dengan diiringi perilaku non verbal. Namun perilaku verbal selalu bermakna sama dengan perilaku non verbal. Terkadang sebagian orang melakukan perilaku verbal tetapi perilaku non verbalnya tidak memiliki makna yang sama atau bisa dikatakan bertentangan.

Perilaku non verbal adalah komunikasi multi saluran berbeda dengan komunikasi verbal. Perilaku dalam komunikasi verbal juga selalu terjadi selama individu tersebut berada dalam suatu lingkungan kelonpok atau komunitas. Selain itu muatan emosional dalam perilaku verbal lebih tampak dan lebih banyak dibandingkan dengan perilaku verbal.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berikut klasifikasi pesan-pesan non verbal menurut Jurgen Ruesch[34]

1) Bahasa tanda (*sign language*) adalah bahasa yang berbentu tanda seperti bahasa isyarat tuna rungu atau mengacungkan jempol untuk menunjukkan sesuatu yang dianggap bagus.
2) Bahasa tindakan (*action language*) adalah semua gerakan tubuh yang menunjukkan maksud dari aktifitas atau kegiatan yang sedang dilakukan seperti makan dan tidur.
3) Bahasa objek (*objeck language*) bahasa dari benda yang bersifat publik seperti lambang, baju, atau lukisan.

Yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah tentang jenis-jenis pesan non verbal yang dikenal secara umum yang berada di lingkungan manusia.

a. Bahasa tubuh

Setiap anggota tubuh manusia seperti wajah, tangan, kepala, kaki dan tubuh secara keseluruhan bisa digunakan sebagai isyarat simbolik yang memiliki arti.

1) Isyarat tangan biasanya digunakan dalam berkomunikasi sebagai penekanan dari pesan verbal ketika berkomunikasi. Isyarat tangan memiliki makna dalam sebuah budaya sebagaimana makna yang telah ditetapkan dalam komunitas. penggunaan isyarat tangan dan makannya tentu berbeda dari setiap budaya yang dianut. Kesalahpahaman dalam mengartikan isyarat bisa terjadi jika seseorang tidak memahami makna budaya dari bahasa non verbal yang digunakan oleh komunikan.

[34] Ibid., hlm. 352.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Sama halnya dengan isyarat tangan, gerakan kepala juga memilki fungsi serupa yaitu untuk mempertegas makna ketika berkomunikasi secara verbal.
3) Postur tubuh dan posisi kaki dikaitkan dengan kasta atau status sosial individu. Citra diri biasanya dipengaruhi oleh bagaimana orang tersebut memposisikan tubuh mereka. Selain itu bentuk tubuh juga memiliki hubungan dengan karakteristik atau kepribadian seseorang.[35]
4) Komunikasi non verbal yang paling banyak berbicara adalah ekspresi wajah[36]. Ekspresi wajah dianggap lebih jujur dalam menunjukkan apa yang dirasakan oleh individu. Sedangkan kontak mata sebagai pengatur atau memberitahu apa yang diinginkan oleh individu. Kontak mata juga berfungsi untuk memberi tahu orang lain tentang apa yang dirasakan. Ekspresi wajah lebih banyak menunjukan perilaku yang berhubungan dengan emosional dibandingkan dengan komunikasi verbal.

b. Sentuhan

Sentuhan merupakan perilaku non verbal yang multi makna, tergantung pada konteks pemaknaan dalam suatu budaya. Makna dari komunikasi non verbal ini juga diklasifikasikan dalam beberapa bagian sesuai dengan situasi dan kondisi.

c. Parabahasa

Prabahasa berbicara mengenai vokal atau suara yang dihasilkan bukan dari arti dari segi ucapan. Melainkan unsur-unsur yang terdapat dalam sebuah suara seperi intonasi, nada, volume, kejelasan, kecepatan, dilaek, dan lain

[35] Ibid,. hlm. 365.
[36] Ibid,. hlm. 372.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebagainya. Setiap karakteristik suara ini mengkomunikasikan emosi dan pikiran kita.[37]

d. Penampilan fisik

Dalam persepsi seseorang, seringkali penampilan fisik biasanya dianggap mampu mempresentasikan karakter dari pemakainya. Cara berbusana memberikan pengetahuan kepada oarang yang melihatnya dengan menilai, memaknai dan menghubungkan dengan suatu budaya tertentu.

B. Kajian Teori

Budaya menjadi fondasi yang menghubungkan antar manusia dalam satu lingkungan. Praktik-praktik simbolik yang terdapat dalam tatanan kehidupan manusia memberikan gambaran atau mempresentasikan makna-makna yang digunakan untuk membangun komunikasi dengan satu sama lain. Budaya populer dideskripsikan sebagai budaya rakyat (*folk culture*). Budaya tersebut dilokalisasikan, di fragmentasikan, digeneralisasikan, dan dipelihara oleh masyarakat.

Budaya populer berbicara tentang bentuk bentuk praktik sosial dalam penggunaan produk-produk yang dihasilkan oleh media massa. Media memberikan kekuasaan pada konsumen untuk memegang kontrol pada budaya mereka sendiri. Keberadaan media memperluas ruang lingkup budaya. Media yang bertindak sebagai kontrol sosial terhadap masyarakat. Media berfungsi sebagai penyedia kesenangan dan pelengahan waktu, mengurangi ketegangan

[37] Ibid,. hlm. 287.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sosial.[38] Budaya menjadi tidak terukur dan tidak terelakkan dengan timbulnya unsur unsur yang di mediakan.

Budaya populer ditentukan oleh reaksi dari kekuatan yang mendominasi di tengah-tengah perkembangan teknologi yang pesat. Teknologi mengambil alih budaya mengarahkannya ke bentuk yang lebih modern dan dinamis. Praktik-praktik dalam budaya menjadi tidak menentu, berubah-ubah, tidak dapat dipastikan dan bersifat simbolik tergantung dari situasi dan kondisi. Produk budaya populer hadir membawa warna dan nuansa baru dengan bentuk-bentuk modern yang mencerminkan adanya persaingan gaya hidup. budaya populer didefinisikan sebagai suatu kepercayaan akan makna atau nilai dari perilaku yang berbeda dalam suatu kelompok sosial.

Budaya populer adalah budaya yang minati oleh masyarakat atau budaya kebanyakan orang. Budaya populer atau yang biasa disebut budaya pop merupakan hasil kecerdasan manusia yang menjadi budaya hidup dan bisa ditemui di kehidupan sehari-hari. Terjadi pemaknaan dalam setiap praktik-praktik sosial dalam suatu budaya. Pesan verbal dan non verbal yang terdapat pada budaya populer memunculkan perilaku serta pemaknaannya. Budaya populer mempengaruhi dan mengkategorisasikan orang-orang berdasarkan minat, pengalaman, dan selera mereka.

Budaya populer berkembang melalui media massa sehingga dengan mudah menarik atensi masyarakat dan menjadikan budaya pop menjadi realitas sosial yang berada di tengah-tengah masyarakat tanpa bisa di kendalikan. Budaya adalah sebuah praktik sosial yang berfungsi sebagai penyebar dan pembentuk

[38] Graeme Burton, *Media dan Budaya Populer*, Jalasutra, 2012, hlm. 82.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

makna dan kenikmatan. Media mempengaruhi orang-orang dalam mempresepsi dan menyerap nilai-nilai budaya sehingga mendorong mereka dalam berperilaku kemudian akan menimbulkan keuntungan pihak-pihak yang mendominasi. Walter benjamin bmengatakan tentang kamera dan prosuksi citra secara kultural. Kekuasaan teknologi untuk menduplikasi suara dan gambar melalui berbagai media telah mengubah hakikat dari budaya. Kemampuan dalam berkomunikasi menghasilkan pengetahuan.[39]

Budaya pop tidak bisa di prediksi perkembangannya sebab budaya pop merupakan produk dari modernisasi. Sedangkan semakin kesini perkembangan teknologi semakin meningkat dengan pesat. Banyak media menawarkan beraneka ragam materi untuk berbagai kalangan masyarakat. Khalayak benar-benar menghadapi berbagai pilihan nyata tentang apa yang mereka baca dan tonton. Budaya-budaya baru akan selalu muncul dan kemudian mendominasi dikehidupan dengan mem-*blow up* melalui media yang berperan sebagai wadah pertukaran komunikasi. Konteks sosial budaya dari khalayak atau masyarakat mempengaruhi kekuatan budaya pop tersebut. Maksudnya penerimaan masyarakat akan budaya pop tidak semuanya sama, tergantung bagaimana masyarakat mengartikannya sesuai kepentingan masing-masing.

Bukhu Parekh menjelaskan bahwa gagasan menganai budaya populer bagi anggota suatu kelompok memiliki lima komponen, yaitu :

3. Setiap individu memahami diri, mengidentifikasi diri mereka sendiri dan kehidupannya. Setiap perilaku dan hubungan sosial dalam lingkungannya

[39] Ibid,. hlm. 45.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memiliki makna tersendiri berdasarkan kepercayaan yang dianut dalam sistem sosial.

4. Dalam berperilaku atau melakukan segala sesuatu, memiliki nilai dan norma sesuai kesepatan yang telah ditetapkan dalam kelompok guna mengarahkan individu tersebut dalam berhubungan sosial. Terdapat beberapa keyakinan yang dipercaya dan diterapkan dalam ritual-ritual yang dilakukan dalam kelompok.
5. Berbagai ritual dan seni ekspresif yang mengkomunikasikan pemahaman diri, pengalaman, emosi kolektif.
6. Perbedaan dalam kelompok bisanya menunjukkan perbedaan dalam budaya juga.[40]

Produk budaya pop yang lebih sering mendominasi adalah musik. Musik menjadi salah satu perkembangan seni modern yang lebih banyak menarget para pemuda. Para pemuda memiliki jiwa yang bebas, berenergi, terbuka, penuh rasa ingin tahu, dan memiliki kreaktifitas yang bisa dikembangkan. Namun hal tersebut tidak menjamin bahwa budaya yang di lemparkan kepada anak muda bisa bertahan lama dengan melihat bagaimana para pemuda adalah kalangan yang mudah dipengaruhi dan selalu berubah-ubah.

Tidak semua jenis musik bisa dikomsumi dan dipakai terus-menerus karena pada akhirnya akan tergeser oleh produk baru yang lebih mampu menarik perhatian kaum modernis.[41] Siklus tersebut sudah biasa terjadi di industri musik. Seperti halnya daun yang layu, mengering kemudian jatuh dan tergantikan oleh

[40] Ibid,. hlm. 32.
[41] Idi Subandy Ibrahim, *Budaya Populer sebagai Komunikasi*, Jalasutra, 2011, hlm. 94

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

daun yang baru. Begitupun yang terjadi pada sebuah lagu dan seorang penyanyi, mereka berlomba-lomba dalam persaingan tangga lagu, bersaing menjadi yang paling terkenal dan pada akhirnya apa yang diperoleh akan hilang pada masanya.

Dalam kacamata industri kebudayaan, kriteria dari budaya bisa berubah ubah. Theodore W adorno melihat musik sebagai *comodity listening*.[42] Musik adalah sistem kata atau simbol yang umum yang berperan penting dalam komunikasi guna memberikan kehangatan, ketenangan, kedamaian, dan kesenangan dalam diri orang yang mendengarkannya. Faktor-faktor tersebut kemudian mempengaruhi pikiran dan mmbentuk perilaku secara fisik seperti gerakan tubah dan lainnya.

Oleh karena itu musik memasuki celah kosong dalam kejenuhan beraktifitas yang dijalani anak muda di kehidupan mereka dengan tujuan untuk memberikan kesenangan, mengaktualisasi diri dan memikirkan keinginan atau hasrat yang dinginkan oleh individu tersebut diluar urusan sosial. Lewat musik pesan menarik emosi pendengar sesuai dengan apa yang diinginkan oleh produsen sehingga timbullah imaginasi, mimpi, selera dan keinginan yang nantinya akan memunculkan perilaku dari pendengar tersebut.

Setiap produk dari budaya memilki ideologi sendiri sesuai kepentingan masing-masing. Jadi ideologi yang terkandung dalam sebuah musik berpengaruh pada pikiran dari pendengar musik tersebut. Dampak dari globalisasi musik menjadi sebuah komuditas dimana musik harus mengikuti kriteria standarisasi

[42] Ibid., hlm. 95

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

produk layaknya barang. Itulah mengapa jenis musik cepat sekali mengalami perubahan.[43]

Jika berbicara anak muda, terdapat beberapa kriteria mengapa generasi muda menjadi sasaran dalam ledakan dunia musik. generasi muda memiliki kehidupan yang dikelilingi oleh drama, ironi dan parodi. Imaginasi tinggi yang dimiliki oleh generasi muda membawa mereka ke berbagai macam rasa kehidupan baru yang ingin diketahui dan dijalani, membawa imaginasi tersebut ke kehidupan nyata dalam bentuk karya.

Mereka mengekspresikan diri dengan menciptakan replika dari imaginasi dalam bentuk seni modern. Selain itu, generasi muda adalah objek dari perkembangan teknologi modern sehingga mereka berdiri sebagai konsumen dari musik modern dengan warna warninya. Itulah mengapa anak muda dianggap kreatif dan inovatif dan menjadi bagian penting dalam pembentukan peradaban modern.

Perubahan komunikasi yang semakin meluas telah memunculkan fenomena yang belum pernah ada sebelumnya. Anak muda menjadi kekuatan dalam menaklukan dunia. Media memposisikan anak muda sebagai penguasa dunia dengan budaya populer yang dibawanya. Generasi baru yang dianggap lebih *fresh* mendorong perubahan sistem sosial menjadi lebih bervariasi, tidak monoton. Kecanggihan teknologi yang tanpa batas mengantarkan media menjadi faktor penyebab terciptanya budaya baru dan menenggelamkan budaya lama.

[43] Ibid., hlm. 96.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Revolusi industri musik menjanjikan dunia musik untuk melakukan gebrakan baru melalui teknologi untuk menguras keuntungan sebesar-besarnya.[44] Warna-warni dalam musik modern menyediakan ruang untuk berpikir tentang pembebasan manusia sebagai manusia. Kesadaran akan suatu kehangatan, kesenangan, dan hiburan dari mendengarkan musik membuat seseorang berpikir lebih kritis, memberikan wawasan yang lebih luas, menyadari arti cinta, mengarahkan orang untuk berpikir cara bersosial dalam kehidupan sosial.

[44] Ibid., hlm. 106.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

PENYAJIAN DATA

A. Deskripsi Subjek , Objek, dan Lokasi Penelitian

Berikut adalah pendeskripsian danri subjek, objek, dan lokasi dalam penelitian ini.

1. Deskripsi Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti memilih dari beberapa informan yang sesuai dengan tema penelitian ini. Adapun kriteria pemilihan informan didasarkan pada empat hal penting yang perlu diperhatikan, yaitu sebagai berikut:

a) Merupakan mahasiswa di UIN Sunan Ampel Surabaya.
b) Merupakan penggemar *kpop*
c) Merupakan penonton video musik *Blackpink – ddu du ddu du* di Youtube
d) Mengikuti perkembangan *kpop*
e) Mengikuti forum atau saluran untuk mendapatkan informasi tentang *kpop*

Penelitian ini bertujuan untuk mencari data dari penggemar K-Pop secara individu dikarenakan pendapat dari masing-masing individu memiliki perbedaan dalam menyikapi budaya *kpop*. Peneliti telah memilih enam Informan yang dianggap sudah memenuhi kriteria seperti yang telah disebutkan sebelumnya. Enam informan ini di pilih dengan alasan telah lama mendalami dunia *kpop* selama minimal tiga tahun serta mengetahui segala sesuatu tentang *girlband Blackpink* dan lagu *ddu du ddu du* dengan cukup dalam. Informan pada penelitian ini adalah mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya karena cukup mampu memberikan pendapat dan pernyataan yang dibutuhkan dalam

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penelitian. Penelitian ini dilakukan secara intensif lewat observasi di lapangan dan wawancara dengan informan. Adapun Informan yang dipilih oleh peneliti adalah sebagai berikut :

a. Informan 1

Nama : Binti Nilna Fuada (Nilna)

Jenis Kelamin : Perempuan

Jurusan : Sistem Informasi

Semester : 5

Fakultas : Sains dan Teknologi

Salah satu informan dalam penelitian ini merupakan mahasiswa jurusan Sistem Informasi di fakultas Sains dan Teknologi. Ia berasal dari Kediri. Dalam wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada hari Minggu tanggal 9 Desember 2018, subjek menceritakan pengalamannya sebagai seorang penggemar *kpop.* Subjek mengenal *Korean pop* sejak tahun 2011 dan mulai mengemarinya sejak tahun 2012. *Boyband* dan *girlband* pertama yang ia sukai adalah *Super Junior* dan SNSD. Namun sekarang ia memilih menjadi penggemar tidak tetap atau yang dikenal dengan istilah multi fandom. Ia menjadi penggemar *boyband* atau *girlband* mana saja tergantung apa yang ia sukai saat itu. Nilna tidak tertarik ikut komunitas yang biasa dibentuk oleh sekumpulan *kpopers* namun ia membuat grup sendiri bersama teman-temannya. Ia juga memperkenalkan berbagai hal mengenai *kpop* kepada teman-temannya yang masih baru.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pemilihan Nilna sebagai informan dalam penelitian ini karena ia adalah penggemar *kpop* yang selalu *up to date* dan aktif di media sosial mengenai hal-hal yang berkaitan dengan *kpop* seperti musik, drama korea ataupun konten-konten lainnya. Ia juga sering menyebarkan informasi tentang *kpop* kepada teman temannya. Ia juga mempelajari dan memahami beberapa kalimat dalam bahasa Korea.

b. Informan 2

Nama : Alifatun Nur Faizah (Alif)

Jenis Kelamin : perempuan

Jurusan : Manajemen Pendidikan

Semester : 5

Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan

Informan kedua dalam penelitian ini merupakan mahasiswa jurusan Manajemen Pendidikan Islam di Fakultas Tarbiyah dan Keguruan. Ia berasal dari Kediri. Ia adalah seorang penggemar *kpop* yang Subjek menggemari *Korean pop* sejak tahun 2012. Ia mengetahui tentang *Korean pop* dari Nilna yang terlebih dahulu mengetahui *kpop*. Karena pengaruh dari Nilna, ia menjadi penggemar *boyband* Super Junior dan *girlband* SNSD. Ia juga memilih menjadi seorang multi fandom. Ia tidak tertarik untuk ikut komunitas fans garis keras dari *boyband* atau *girlband* tertentu. Namun hal ini tidak menjadikan dirinya lepas dari kegiatan berselancar di media sosial untuk mengetahui info terbaru tentang bintang-bintang *kpop*.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Alasan peneliti memilih Alif menjadi informan karena ia adalah seorang penggemar *kpop* yang merupakan orang yang terpengaruh oleh info-info tentang *kpop* yang diberikan oleh Nilna. Selain itu juga untuk menggali data atau informasi yang lebih dalam mengenai perilaku komunikasi baik verbal dan non verbal dari subjek selaku menjadi penggemar *kpop*.

c. Informan 3

Nama : Bimbi Sukma Pertiwi (Bimbi)

Jenis Kelamin : Perempuan

Jurusan : Bimbingan Konseling Islam

Semester : 5

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Informan yang ketiga dalam penelitian ini merupakan mahasiswa jurusan Bimbingan Konseling Islam di Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Ia juga berasal dari Kediri. Subjek mengetahui segala sesuatu tentang *Korean pop* sejak tahun 2012 dan mulai aktif menganai *kpop* sejak 2013 melalui media sosial bersama teman-temanya. Karena tidak tertarik mengikuti kegiatan dalam suatu komunitas *kpopers*. Ia mengaku menjadi penggemar dari Kim Jong Woon atau yang memiliki nama panggung Yesung yang merupakan anggota dari *Super Junior*. Namun ia kemudian memilih menjadi seorang multi fandom termasuk *Blink* (sebutan untuk penggemar *Blackpink*).

Alasan peneliti memilih Bimbimenjadi informan karena ia memiliki hobi yang sama tentang *kpop* bersama dengan Nilna dan Alif. Peneliti menjadikan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bimbisebagai informan karena dibutuhkan untuk menggali data atau informasi yang lebih dalam mengenai perilaku komunikasi verbal dan non verbal dari penggemar *kpop* sebagai audien musik video *ddu du ddu du* dari *girlband Blackpink* di Youtube.

d. Informan 4

Nama : Izzatul Muna (Izza)

Jenis Kelamin : Perempuan

Jurusan : Pendidikan Bahasa Inggris

Semester : 5

Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan

Salah satu informan dalam penelitian ini merupakan mahasiswa jurusan Pendidikan Bahasa Inggris di Fakultas Tarbiyah dan Keguruan. Ia juga berasal dari Kediri. Izza mengetahui segala sesuatu tentang *kpop* lebih dulu dibandingkan dengan Nilna yaitu sejak 2009. Namun ia mulai menjadi penggemar sejak 2010. Tidak ikut kegiatan namun ia sering berdiskusi tentang *kpop* bersama dengan teman-temannya. Sama halnya seperti Nilna dan Alif, ia juga memilih menjadi seorang multi fandom. Ia tidak tertarik untuk ikut komunitas fans garis atau menjadi salah satu fan dari fandom tertentu.

Alasan peneliti memilih Izza menjadi informan karena ia adalah seorang penggemar *kpop* yang sering berbagi informasi tentang *kpop* berasama Nilna, Alif, dan Bimbi. Pemilihan izza sebagai informan karena di butuhkan untuk menggali data atau informasi yang lebih dalam mengenai perilaku komunikasi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

baik verbal dan non verbal dari subjek sebagai penggemar *kpop* yang menjadi audien dari video musik *Blackpink* yang berjudul *ddu du ddu du* di Youtube.

e. Informan 5

Nama : Nana (Nama Samaran)

Jenis Kelamin : Perempuan

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Semester : 7

Fakultas : Dakwah dan komunikasi

Nana mengenal *kpop* sejak 8 tahun yang lalu yaitu sejak dari kelas 2 smp. Ia merupakan penggemar Super Junior sampai saat ini. Kesukaannya kepada *kpop* ini dibuktikan dengan pengalamannya yang pernah menjadi admin dari salah satu fanpage Super Junior di media sosial Facebook yang memiliki pengikut yang cukup banyak. Fanpage tersebut berisi segala hal tentang Super Junior dan beberapa informasi tentang *boyband* dan *girlband* paling hits lainnya. Hal ini menjadi alasan pemilihan Nana sebagai informan guna menggali data atau informasi yang lebih dalam mengenai perilaku komunikasi baik verbal dan non verbal dari subjek sebagai penggemar *kpop* yang menjadi audien dari video musik *Blackpink* yang berjudul *ddu du ddu du* di Youtube.

f. Informan 7

Nama : Dinda (nama samaran)

Jenis Kelamin : perempuan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Semester : 7

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Informan yang terakhir ketujuh ini merupakan YG stan (istilah yang digunakan untuk menyebut penggemar dari semua artis dan Idol yang bernaung di agensi YG *Entertainment*). Sebelum menjadi YG *stan*, ia juga pernah menjadi anggota komunitas EXO L (sebutan untuk fans EXO) di Surabaya.

Alasan peneliti memilih Bimbi menjadi informan karena ia pernah mengikuti salah satu fandom *boyband* dan saat ini ia juga merupakan penggemar dari *girlband* Blakpink. Peneliti menjadikan Dinda sebagai informan karena dibutuhkan untuk memperoleh infomasi serta data yang lebih akurat mengenai perilaku komunikasi verbal dan non verbal dari penggemar *kpop* sebagai audien musik video *ddu du ddu du* dari *girlband Blackpink* di Youtube.

2. Deskripsi Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah fonomena sosial yang terkait dengan keilmuan penelitian yaitu Perilaku komunikasi verbal dan non verbal dari mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya yang merupakan penggemar *kpop* audien video musik *Blackpink* yang berjudul *ddu du ddu du* di Youtube.

Didalam fenomena *Korean wave* yang menjamur di semua kalangan di seluruh penjuru dunia, peneliti memfokuskan penelitian pada perilaku komunikasi dari penggemar *kpop*. Komunikasi yang dimaksud adalah berbentuk komunikasi verbal dan non verbal yang dipakai oleh penggemar *kpop* yang merupakan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya. Penggemar yang dipilih merupakan audien video musik dari salah satu *girlband* Korea Selatan *Blackpink* dengan judul *ddu du ddu du* yang diunggah oleh YG *Entertainment* pada tanggal 15 Juni 2018 melalui situs web Youtube.

3. Deskripsi Objek Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang ditentukan adalah di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya yang berlokasi di Jl. Ahmad Yani No. 117, Jemur Wonosari, Wonocolo, Kota Surabaya, karena informan-informan yang dipilih merupakan mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Menurut beberapa informan dan data yang dikumpulkan peneliti dari lapangan, di UIN Sunan Ampel Surabaya cukup banyak penggemar *kpop* yang telah menonton video musik *Blackpink* yang berjudul *ddu du ddu du* . Oleh karena itu, lokasi tersebut dipilih untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan oleh peneliti untuk menggali data dari informan guna menyempurnakan tahapan dalam proses penyelesaian penelitian.

B. Deskripsi Data Penelitian

Penelitian memiliki beberapa tahapan dalam memperoleh jawaban atas permasalahan dalam fokus penelitian yang telah ditetapkan. Tahapan tersebut meliputi pengumpulan data, analisis data, dan penarikan kesimpulan dari data yang diperoleh. Pemahaman peneliti atas fokus dalam penelitian sangat diharuskan untuk memperoleh data yang dibutuhkan.

Penelitian ini menggunakan dua sumber data, yaitu sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer yang dimaksudkan dalam penelitian ini berupa

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

observasi langsung ke lapangan untuk melihat dan menilai kondisi obyek yang diteliti dan melakukan wawancara mendalam yang berpedoman pada pertanyaan yang disiapkan peneliti. Sedangkan sumber data yang bersifat sekunder berasal dari berbagai referensi yang didapatkan dari pihak internal maupun eksternal.

Dalam penelitian ini peneliti menganalisis data-data yang diperoleh melalui wawancara dan dokumentasi yang terkait dengan fokus masalah peneliti mengenai perilaku komunikasi verbal dan non verbal mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya. Berikut adalah perilaku komunikasi verbal dan non verbal mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya :

1. Mencari informasi melalui media sosial dan Youtube

Dalam industry musik *kpop*, ketika seorang penyanyi atau grup akan mengerluarkan sebuah single atau album, biasanya pihak agensi akan memberikan penyataan melalui interview, statement atau foto pada akun resmi Agensi atau grupband di media sosial, atau melalui video teaser yang diposting di saluran resmi mereka di Youtube. Kegiatan tersebut dilakukan untuk tujuan mempengaruhi penggemar yang hampir semua menggunakan media sosial bersikap secara berbeda dan menimbukan perilaku yang diinginkan. dari hasil wawancara dengan para informan hampir semuanya mengakui bahwa mereka memperoleh informasi tentang *Blackpink* melalui media sosial.

Berikut penyataan yang diperoleh peneliti melalui wawancara dengan informan.

"Kan saya aktif di media sosial, ya biasanya penyanyi pas mau comeback itu diberitain sama agensinya di akun resminya beberapa minggu sebelumnya atau ada video treasernya yang di rilis di Youtube, trus abis itu biasanya muncul di

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

postingan postingan fans, fanpage, atau akun yang selalu ngasi info tentang kpop kan banyak sih."[45]

Informasi mengenai *comeback Blackpink* telah diberitakan terlebih dahulu oleh agensi yang menaungi *Blackpink* melalui media online. memicu rasa penasaran dalam diri para penggemar *kpop* hingga tertanam rasa keinginin untuk menontonnya sampai rela menunggu lama hingga hari perilisan. Hal ini juga dikatakan oleh Bimbi bahwa ia mengetahui *Blackpink* akan mengeluarkan single baru dengan judul *ddu du ddu du* dari beberapa postingan di akun resmi yg *Entertainment* di media sosial.

"Aku ngikutin akun official IG sama Twitternya YG, mereka ngasih tau kalo Blackpink mau comeback".[46]

Informan juga bisa memperoleh informasi tersebut dari beberapa akun di media sosial yang khusus memposting konten tentang *kpop.* Akun-akun tersebut memberitakan ulang informasi mengenai *Blackpink* akan *comeback* dengan cara memposting ulang pernyataan atau informasi yang sebelumnya telah di posting oleh akun resmi dari agensi. Dengan begitu informan yang juga mem-*follow* akun-akun tersebut bisa dengan mudah mengetahuinya seperti yang dikatakan oleh Dinda dalam pernyataan berikut.

"Di akun-akun kpop di ig yang aku follow biasanya diposting habis agensinya beritain, jadi kepo kepengen tau"[47]

Pernyataan yang sama juga dikatakan oleh Alif dan Izza ketika diwawancara oleh peneliti.

"Akun punyanya fans banyak yang posting ulang statementnya YG tentang Blackpink mau comeback"[48]

---

[45] Hasil Wawancara dengan Nilna tanggal 27 Desember 2018
[46] Hasil Wawancara dengan Bimbi tanggal 28 Desember 2018
[47] Hasil Wawancara dengan Dinda tanggal 3 Januari 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"Kan mereka combacknya udah diberitain di sosmed, notifikasiku rame sama akun yang aku follow, jadi aku bisa tau dari sana"[49]

Selain itu salah satu informan lainnya bernama Nana mengakui bahwa ia mengetahui informasi *Blackpink* merilis single baru melalui Youtube. Video teaser terbaru yang dirilis oleh saluran resmi dari agensi *Blakpink* muncul di *Timeline* Youtube ketika ia mengakses atau membuka aplikasi Youtube.

"Video teasernya muncul di Timeline Youtube, jadi fans bisa tau kapan keluar. Di Twitter juga banyak yang ngeberitain kalo mau comeback kadang jadi trending juga"[50]

2. Berdiskusi dengan sesama penggemar

Sejak pemberitahuan dari agensi YG *Entertainment*, single baru *Blackpink* ini kemudian menjadi perbincangan di media ataupun oleh penggemar. Para penggemar *kpop* membicarakannya sejak sebelum single tersebut rilis hingga beberapa minggu setelahnya. Beberapa informan dari penelitian ini mengaku sering kali terlibat membicaraan mengenai bermacam-macam hal dalam single tersebut bersama teman yang merupakan sesama penggemar. Salah satu informan, Izza mengatakan ia dengan teman-temannya mendiskusikan pemberitaan tersebut dengan rasa penasaran.

"Diskusiin sama temen kalo Blackpink comeback, yang ddu du ddu du ini kan diposting sama akun official punya CEO YG, dari sana aku sama temen temen udah heboh kepo banget bakalan kaya apa nanti videonya".[51]

Nilna juga mengatakan hal serupa dengan Izza, berikut penuturannya.

---

[48] Hasil Wawancara dengan Alif tanggal 27 Desember 2018
[49] Hasil Wawancara dengan Izza tanggal 27 Desember 2018
[50] Hasil Wawancara dengan Nana tanggal 21 Desember 2018
[51] Hasil Wawancara dengan Izza tanggal 27 Desember 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"Sejak ada kabar comeback, aku obrolin sama temen temen kan mereka ngehits banget. Video sebelum-sebelumnya kan juga bagus bagus jadi ngebayangin gimana".[52]

Diskusi atau obrolan tentang single *ddu du ddu du* ini juga masih dilakukan oleh informan setelah video musiknya rilis.

"Sebelum sama sesudah nonton kadang aku masih sering diskusi sama temenku, ya mau gimana aku ga bisa kalo cuman nonton abis itu udah ga ngapa-ngapain. Blackpink kan grup famous saat tau mereka ngeluarin ddu du ddu du langsung jadi bahan buat diomongin. Apalagi pas tau video klipnya keren begitu".[53]

Dinda menganggap bahwa video musik *ddu du ddu du* milik *Blackpink* yang ditontonnya bagus dan suatu kewajaran jika ia membicarakannya. Alif juga menuturkan hall yang hampir serupa. Ia memiliki berbagai macam topik pembicaraan dengan temannya setelah menonton video musik tersebut seperti dalam penyataannya berikut.

"Aku ngobrolin sama temen aku. Diskusiin misalnya masalah fashion lah apa lah, pokoknya ada aja yang di obrolin di video itu".[54]

Sedangkan Bimbi ikut terlibat pembicaraan tentang *ddu du ddu du* setelah teman-temannya mendiskusikannya.

"temen temenku banyak yang ngomongin single yang ini jadi akunya ikutan, emang keren sih menurut aku."[55]

3. Memberi komentar saat menonton video

Reaksi yang ditunjukkan oleh masing-masing informan ketika menonton video musik *ddu du ddu du* cukup beragam. Seperti yang terjadi pada Nana dan Dinda, ketika pertama kali melakukan kegiatan nonton untuk menghilangkan rasa penasarannya akan single baru *ddu du ddu du* ini, ia tidak

[52] Hasil Wawancara dengan Nilna tanggal 27 Desember 2018
[53] Hasil Wawancara dengan Dinda tanggal 3 Januari 2019
[54] Hasil Wawancara dengan Alif tanggal 27 Desember 2018
[55] Hasil Wawancara dengan Bimbi tanggal 28 Desember 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menjukkan reaksi berlebihan. Tidak ada ucapan atau suara yang keluar dari mulutnya. Berikut penyataan yang dipaparkan oleh Nana.

"gimana ya, ya gak ada sih cuman diem fokus nontonin"[56]

Sedang Dinda mengaku bahwa ia tidak melakukan apa-apa selain memandangi video yang diputar dalam diam sebagai bentuk ketakjuban pada video yang menurutnya bagus.

"Pas nonton biasanya liatin doang ga sampe heboh, biasanya diem bengong, kaya tercengang gitu kan keren banget itu MV nya, bener-bener beda gitu kan dari MV yang lain."[57]

Namun hal tersebut tidak berlaku bagi empat informan lainnya. Izza, Bimbi, Alif dan Nilna menunjukkan reaksi yang berbeda dari Dinda dan Nana. Teradi reaksi verbal sering ditunjukkan oleh mereka ketika melihat sesuatu yang dinggap sesuai atau tidak sesuai dalam pendangan mereka. Reaksi verbal yang dimaksud adalah komentar yang terlontar dari mulut informan ketika menonton dan mengamati setiap *scene* yang terdapat dalam video musik *ddu du ddu du* di Youtube.

"Pertama kali nonton biasanya banyak komen ga jelas tentang kecantikan fisik dari membernya atau gak ya dance pokoknya ada aja yang dikomenin kayak; wah keren-keren, eh ngapain si jennie bawa anjing, aku suka bajunya jennie, ya allah rek ayune, aduh jisoo cantik banget sih, biasanya kaya gitu sih. Komennya biasanya yang bagus bagus soalnya video musiknya emang ga ngecewain."[58]

Reaksi yang muncul ketika pertama kali Izza menonton video musik *ddu du ddu du* adalah ia melontarkan apa yang ada dipikirannya melalui komentar yang keluar dari mulutnya. Ia mengomentari apa saja yang menarik perhatiannya dalam *scene* di video tersebut. Hal serupa juga terjadi pada Bimbi seperti yang ia tegaskan ketika wawancara dengan peneliti.

---

[56] Hasil wawancara dengan Nana tanggal 22 Desember 2018
[57] Hasil Wawancara dengan Dinda tangga l3 Januari 2018
[58] Hasil Wawancara dengan Izza tanggal 27 Desember 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"Kalo pertama kali nonton ya mbak biasanya yang paling heboh kaya mulut ini ga berenti ngomong, kayak ngomentarin hampir semua scene kayak ga berhenti ngoceh gitu entah tiu fashion yang di kometarin atau tariannya pokoknya ada aja gitu mbak."[59]

Hal yang sama juga terjadi pada Alif dalam pernyataan berikut.

"kaya gini, Aku suka bajunya jisoo yang ini, eh itu dari apa ya bubuk warna warninya, aku gitu sih mbak kemaren"[60]

Hal yang sama juga dikatakan oleh Nilna yang menyatakan hewan yang terdapat dalam *scene* di video *ddu du ddu du* lebih menarik untuk dikomentari.

"iya Ada, apalagi jennie bawa anjing putih yang pertamanya ku kira kucing soalnya kecil. Jadi pas nonton itu gak fokus sama lagunya malah ngomentarin hewan"[61]

4. Ikut bernyanyi

Kegiatan yang paling sering dilakukan oleh seseorang ketika menyukai sebuah lagu adalah ikut bernyanyi. Peristiwa ini umum terjadi di kehidupan setiap orang di muka bumi. Data yag diperoleh melalui wawancara dengan enam informan, lima dari mereka mengaku ikut bernyanyi ketika lagu *ddu du ddu du* diputar namun karena bahasa Korea sangat sulit dihafal dan diucapkan, mereka hanya bisa ikut bernyanyi pada part yang berbahasa inggris, part ini terdapat pada reff dari lagu tersebut.

Berikut penuturan dari Izza yang mengaku ikut bernyanyi hanya dibagian reff karena bahasa Korea menurutnya sulit.

"Pas dengerin musiknya bareng temen-temen trus sampe reff nyanyi-bareng sambil niru gerakan dance-nya dikit yang ditau-in aja. Kalo ga tau lirikya cuman berdengung ga jelas ngikutin melodinya. Bahasa Korea susah mbak ga bisa niruin aku"[62]

---

[59] Hasil Wawancara dengan Bimbi tanggal 28 Desember 2018
[60] Hasil Wawancara dengan Alif tanggal 27 Desember 2018
[61] Hasil Wawancara dengan Nilna tanggal 27 Desember 2018
[62] Hasil Wawancara dengan Izza tanggal 27 Desember 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Izza hanya ikut bernyanyi ketika lagu sudah sampai di bagian "*oh wait til' I do what I do hit you with that ddu du duu du*" dan lirik yang berbahasa inggris lainnya sedangkan ketika bagian lirik lagu yang berbahasa korea mengalun ia hanya suara yangtidak jelas yang keluar dari mulutnya, mengikuti melodi dari lagu *ddu du ddu du* karena ia menganggap bahasa korea dari lagu tersebut susah di tiru.

Alif juga berpendapat yang sama tentang hal ini, Ia bernyanyi secara spontan ketika lagu *ddu du ddu du* yang diputar sudah sampai reff, menurutnya yang berbahasa inggris sangat mudah di hafal. Berikut penuturannya.

"Saya sering nyanyiin tapi ga hafal mbak.. Kalo saya nonton biasanya ikut nyanyi sih, reflek aja gitu apalagi yang nyampe hit you with that ddu du ddu du trus nembak soalnya itu yang paling gampang dihafal dibandingin yang berbahasa Korea."[63]

Dinda ternyata juga sependapat dengan Alif dan Izza, kesulitan dalam menghafal dan menyanyi lirik bahasa Korea juga terjadi kepadanya seperti yang ia sampaikan dalam wawancara.

"Ngikutin dikit-dikit pas nyampe di reff yang pake bahasa inggris itu, gampang soalnya"[64]

Selain itu, beberapa dari informan juga mengaku akan ikut bernyanyi jika ia berada di lingkungan yang anggap pantas untuk dilakukan seperti ketika berkumpul dengan teman-teman akrabnya yang sudah sangat dikenal di bandingkan di tempat umum yang ramai yang terdapat banyak orang asing. Berikut penuturan Alif .

"Pede aja sih mbak niruin doang kan tapi kalo niru begituan tapi ya jangan di kampus malu, pas lagi bareng temen temen kos aja."[65]

---

[63] Hasil Wawancara dengan Alif tanggal 27 Desember 2018
[64] Hasil Wawancara dengan Dinda tanggal 3 Januari 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Alif mengatakan bahwa suasana kos lebih nyaman dibandigkan dengan suasana kampus yang terdapat banyak orang asing. Ia lebih terbuka dan mengeksprsikan diri ketika berada di tempat yang dikelilingi oleh orang yang mengatehui dirinya dengan baik. Hal yang sama juga dirasakan oleh Bimbi. Melalui wawancara dengan peneliti ia menuturkan bahwa image yang ia bangun di tempat ia tinggal berbeda dengan di tempat ia menuntut ilmu.

"Kalo suara aku cuman nyanyiin tapi ga nyanyiin kaya sedekar ikut nada musiknya doang ga pake lirik koreanya, yang bahasa inggris doang. Eh tapi pas ga nyetel apa juga kadang bersenandung sama gerakan pistol pistolan biasanya sih pas bareng temen temen di kos sering soalnya kan ga jaim jaiman, kalo di kampus ya kita ga mungkin gitu gitu, image kita pas bareng temen-temen di kos sama di kampus kan beda."[66]

5. Mencari terjemahan lirik lagu

Dalam komunikasi verbal bahasa dipergunakan untuk mempelajari apa saja termasuk apa yang seseorang sukai. Untuk mengetahui makna yang terkandung dari sebuah kalimat yang diucapkan oleh lawan bicara, individu harus memahami setiap kata yang tersusun dalam kalimat tersebut. Hal ini mengarahkan individu tersebut agar lebih mudah memahami orang lain dan diri sendiri. Begitu pula dengan lagu. Ketika seseorang menyukai melodi dari sebuah lagu asing tentu saja juga perlu memahami isi dari lirik yang dinyanyikan dalam lagu supaya pikiran individu tersebut dengan pesan dalam lagu bisa menemukan kecocokan dan bisa diterima. Apakah lagu tersebut lagu sedih atau lagu bahagia atau lainnya sehingga bisa berdampak pada perasaan seorang individu. Hal ini juga dilakukan oleh infoman memahami pesan dalam lagu *ddu du ddu du* .

[65] Hasil Wawancara dengan Alif tanggal 27 Desember 2018
[66] Hasil Wawancara dengan Bimbi tanggal 28 Desember 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari hasil wawancara diperoleh data bahwa semua informan memanfaatkan internet untuk mencari terjemahan lirik lagu *ddu du ddu du* .

"Aku pernah nyari arti lagu ini di youtube, bahkan download video liriknya tak simpen di laptop tapi ga hafal semuanya".[67]

Dari pernyataan Alif diatas diatakan bahwa ia mengetahui terjemahan lirik lagu *ddu du ddu du* yang merupakan bahasa Korea melalui video buatan penggemar. Video ini biasanya berisi lirik yang telah di terjemahkan oleh fans kedalam berbagai macam bahasa dan di putar bersamaan dengan lagu. Hal ini dilakukan dengan tujuan mempermudah penggemar yang tidak mengerti bahasa Korea bisa memahami pesan dan makna yang terdapat dalam lagu tersebut. Nilna juga mempertegas pernyataan ini dalam ucapannya sebagai berikut.

"Iya gampang sih kan di youtube banyak video lirik dan artinya yang buatan fanmade"[68]

Berikut pernyataan Dinda mengenai usahanya dalam memahami makna dari lagu *ddu du ddu du* .

"Kalo makna dari liriknya aku manfaatin internet nyari di google kalo ngga kan ada fanmade video yang uda ada arti bahasa Indonesianya, tapi ga dihafalin. Kalo maksud dari lirikny aku manfaatin internet nyari di google kalo ngga kan ada fanmade video yang uda ada arti bahasa Indonesianya, tapi ga dihafalin".[69]

Bimbi dalam hal ini menunjukkan perilaku yang hampir sama dengan informan lainnya. Bermacam-macam usaha ia lakukan untuk bisa mengerti maksud dari lirik dalam lagu tersebut.

"Kalo artinya aku cuman tau bagian kecilnya tapi kan diawal lagu ini muncul kan kita pasti nyari kan liriknya biasanya ada yang sama artinya yang biasanya video buatan fans itu loh mbak di Youtube. Aku langsung nyari sih tapi ga ngafalin cuman kayak oh jadi artinya begini, kayak ngambil intinya doang gitu. Trus aku sering nonton video yang kaya nebak ini laguya apa, kayak liriknya

[67] Hasil Wawancara dengan Aliftanggal 27 Desember 2018
[68] Hasil Wawancara dengan Nilna tanggal 27 Desember 2018
[69] Hasil Wawancara dengan Dinda tanggal 3 Januari 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ditampilin tapi kita nebak ini lagunya siapa yang judul apa mana, itu yang di tampilin itu bahasa Indonesianya bukan koreanya. Kan banyak itu mbak yang gitu gitu, kaya challenge gitu, itu pertama kali aku dengerin disitu, pertama kali tau maknanya".[70]

Sedangkan uuntuk Nana yang pernah belajar bahasa Korea dengan mengandalkan internet, ia mengaku bisa menerjemahkan lirik lirik kedalam bahasa indoenesia

"Makna dari lagunya aku ga tau aku belom pernah browsing, Tapi kan aku uda lumayan lama belajar bahasa korea walaupun ga dalam jadi bisa lah ngartiin dikit tapi ga bayak sih cuman ada beberapa kalimat."[71]

6. Membentuk sebuah grup di media sosial untuk bertukar informasi

Media sosial menjadi tempat ter-up-date bagi para penggemar *kpop*. Hampir semua penggemar *kpop* memanfaatkan media sosial untuk bertukar informasi. Melalui wawancara dengan enam informan, hampir semua informan mengatakan terlibat dalam sebuah grup yang dibentuk bersama teman-teman sesama penggemar *kpop*. Jika sebuah grup didirikan oleh beberapa penggemar *kpop* maka bisa dipastikan bahasan atau topik yang dibicarakan adalah tentang *kpop*.

Empat informan mengaku jika mereka memiliki sebuah grup bersama teman-temannya khusus sebagai penggemar *kpop*. Ketika perilisan single baru *Blackpink* yang diberitakan oleh agensi, mereka aktif berbagi informasi dalam grup, dari selama *ddu du ddu du* masih berupa teaser hingga ketika rilis video musiknya. Bentuk informasi yang dibagikan juga bermacam jenisnya, seperti gambar, tulisan, artikel dan lainnya. Berikut pernyataan Izza mengenai berbagi informasi di grup di media sosial.

[70] Hasil Wawancara dengan Bimbi tanggal 28 Desember 2018
[71] Hasil Wawancara dengan Nana tanggal 22 Desember 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"*Kebetulan saya punya grup kpop sendiri bareng temen-teman saya di sosmed, di whatsapp, biasanya dijadiin empat gossip tentang kpop. Dibandingin nge-share ke satu orang, satu orang kan enak kalo di share ditempat yang bisa dilihat semuanya. ddu du ddu du yang baru-barunya keluar ini banyak kok yang di share ke aku, macam-macam isinya. Dari sreenshoot-an postingan YG, meme, sampe clip dari video musiknya ddu du ddu du "*[72]

Hal serupa juga dikatakan oleh Bimbi dalam penyataan berikut.

"Ada, di Whatsapp ada bareng Izza di Line ada, bukan fandom-fandoman sih cuman grup biasa tapi isinya ya kpop, orang-orangnya juga teman-temen terdekat. Tapi kita gak berantem-beranteman kayak disosmed lain. Kemaren aku dapet kiriman link Youtube-nya ddu du ddu du . Kita biasanya sering ngebicaraain ddu du ddu du bahkan sebelum rilis. Aku kan juga aktif di sosmed banyak temen temen yang nge-tag aku."[73]

Selain itu, Alif melakukan hal yang sama menjadi bagian dari sebuah grup. Ia mengatakan bahwa ia sering kali menemukan topik untuk berdiskusi dengan temannya dalam grup melalui informasi yang telah dibagikan.

"Sering ngebicarain kalo ada lagu baru, yang ddu du ddu du ini aku sempet ngomongin videonya di Youtube kemarin di grup kan dikirimin link-nya. Kalau digrup itu enak, misalnya kita gak tau nama salah satu anggota boyband, kita share fotonya di grup trus nanya itu siapa, kalo Ada yang tau kan tinggal kasi tau di grup jadi semuanya bisa pada liat. Terus lagi kalau uda tau semuanya bisa dijadiin topik baru buat dibicarain".[74]

Sedangkan Nilna mengatakan bahwa ia berbagi informasi agar teman-temannya bisa mengetahuinya.

"Pas aku tau udah keluar mini albumnya di youtube ya langsung aku share ke temen temen di grup biar mereka juga liatin. Kadang kita nontonin bareng-bareng".[75]

7. Menggerakkan badan saat bernyanyi atau mendengarkan lagu

Pergerakan dari anggota tubuh adalah reaksi dari pengaruh rangsangan yang datang. Ini juga terjadi pada orang yang mendengarkan musik atau melihat

[72] Hasil Wawancara dengan Izza tanggal 27 Desember 2018
[73] Hasil Wawancara dengan Bimbi tanggal 28 Desember 2018
[74] Hasil Wawancara dengan Alif tanggal 27 Desember 2018
[75] Hasil Wawancara dengan Nilna tanggal 27 Desember 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hal yang dianggap menarik. Seperti halnya bernyanyi, ketika mendengarkan lagu secara sadar dan tidak sadar terkadang terjadi pergerakan tubuh mengikuti melodi lagu yang sedang mengalun di telinga. Ini juga dialami oleh informan selama menonton atau mendengarkan lagu *ddu du ddu du* . Berikut pemaparan yang didampaikan Alif.

"Koreografi yang aku suka di bagian ddu du ddu du nya kan gampang di tiru jadi kadang saya niru niru yang bagian itu bareng temenku."[76]

Selain Alif, Bimbi juga menyatakan kalimat serupa dalam pernyataan berikut.

"Keren katanya aku sih kadang juga niru gerakannya yang paling gampang pas di reffnya."[77]

Dari informan lain, kejadian yang sama juga terjadi pada Izza, ia mengatakan bahwa ia lebih mudah meniru gerakan yang paling gampang diingat seperti ketika pada bagian reff. Ia juga mengungkapkan bahwa kepalanya bergerak secara reflek ketika mendengarkan lagu *ddu du ddu du* .

"Biasanya ngikutin gerakan-gerakannya yang paling gampang inget, yang hit you with that ddu du ddu du main pistol pistolan itu. Biasanya itu pas nontonin sambal ga sengaja ikutan nari. Kalau lagi dengerin tanpa sadar biasanya juga kelapa ikut ngangguk-ngangguk."[78]

Berikut pemaparan Nana ketika wawancara dengan peneiti. Ia mengungkapkan bahwa ia pernah bergerak secara reflek mengikuti kereografi yang Ada lama video musik ketika ia mendengar lagu *ddu du ddu du* .

"Pas itu aku pernah ke toko sepatu terus mereka itu kayak nyetel lagu ddu du ddu du kayak reflek aja nikmatin, reflek joget bagian ddu du ddu du nya kayak niruin koreagrafinya yang pas bagian itu."[79]

---

[76] Hasil Wawancara dengan Alif tanggal 27 Desember 2018
[77] Hasil Wawancara dengan Bimbi tanggal 28 Desember 2017
[78] Hasil Wawancara dengan Izza tanggal 27 Desember 2017
[79] Hasil Wawancara dengan Nana tanggal 22 Desember 2017

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Agak berbeda dengan informan lainnya, Dinda melakukan hal yang sama namun ia segan jika menirukan koreografi *ddu du ddu du* ketika ia berada ditempat umum.

"Jogetnya paling cuman pas reff aja bisanya, itupun niruinnya pas bareng temen temen sesama kpopers. Dan tempatnya juga terbatas ga mungkin joget ga jelas di tempat umum yang rame."[80]

Nilna juga sependapat dengan Dinda dalam perkataan berikut.

"Cuman ddu du ddu-nya aja tapi gak di tempat umum."[81]

8. Pemilihan busana terinspirasi dari gaya berpakaian member *Blackpink*

Cara berpakaian adalah bahasa yang bersifat publik. Pakaian yang dikenakan oleh seseorang bisa menggambarkan karakter si pemakainya. Fashion yang digunakan oleh setiap anggota *Blackpink* dalam video musik *ddu du ddu du* mampu menarik atensi orang yang menontonnya. Dalam pengakuan beberapa informan, salah satu yang menjadi daya tarik video musik *ddu du ddu du* ini selain musik dan tariannya adalah fashion-nya. Penampilan dari rambut hingga ke bawah, pemilihan warna dan cara memasangkan model baju dengan sepatu dengan gaya rambut dinggap sangat baik. Namun hal ini tidak bisa menjadikan setiap orang yang menonton bisa membeli pakaian yang sama dan menirunya.

"Kalo fashionnya sih dibilang pengen ngikut ya pengen, mereka fashionnya keren gitu lucu ow I love it, cuman ya gimana ya mereka kecil kurus-kurus dan aku tuh gendut tidak cocok lagian bajunya mereka mini mini semetara aku muslim pake kerudung, yang paing susahnya juga buat beli satu item dari fashion mereka saya ga mampu, brand fashion yang dipake mereka itu merk-merk sekelas chanel yang harganya bisa seharga ukt bisa sampe lulus, kemahalan."[82]

[80] Hasil Wawancara dengan Dinda tanggal 3 Januari 2018
[81] Hasil wawancara dengan Nilna tanggal 27 Desember 2017
[82] Hasil Wawancara dengan Izza tanggal 27 Desember 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari pernyataan yang dikatakan Izza diketahui bahwa ia menyukai gaya fashion yang di bawakan *Blackpink* dalam video musik *ddu du ddu du* . Ia juga tertarik untuk mengikuti fashion hanya saja baginya pakaian yang dikenakan oleh anggota *Blackpink* berukuran kecial dan sangat pendek semantara dirinya adalah muslim yang mengenakan jilbab. Ia juga tinggal di tempat yang mayoritas penduduknya adalah muslim sehingga nilai sosial dan norma dalam berpakain berbeda dengan di Korea. Selain itu, baginya fashion yang digunakan oleh *Blackpink* berasal dari brand paling terkenal di dunia seperti chanel dan lainnya. Bagi brand seperti ini, untuk satu item bisa dibanderol dengan harga jutaan rupiah. Menurut Izza uang sebanyak itu bisa digunakan untuk biaya kuliah.

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Bimbi. Ia juga sangat menyukai fashion salah satu member *Blackpink* dan ada keinginan untuk memiliki. Tetapi, ia tidak berniat untuk membelinya dengan alasan harga yang terlalu mahal dan pakaian tersebut juga tidak cocok digunakan oleh seorang muslim.

"Kalo fashion ya ampun ga usah diragukan mbak aku suka banget tapi yang paling aku suka sama fashionnya jennie, semuanya keren. Kalo fashionnya sih mbak ya ga usah ditanya pengen ya pengen tapi ga bisa beli, ya kan secara itu mereknya chanel, mana jennie jadi ambassador nya pula. Tapi gimana ya yang mereka pake pendek-pendek gak cocok ke saya yang muslim"[83]

Hal yang sama juga ditegaskan oleh Alif dalam pernyataan berikut.

"Fashionnya bagus tapi ga ada duit mbak buat ngikutin bukan selera fahion aku juga yang begituan lagian kan saya muslim pake kerudung jadi buat beli produk KW juga ga bakalan dipake, masa iya saya pake baju pendek tapi pake kerudung."[84]

Agak berbeda dari informan sebelumnya, Nilna dan nana tertarik untuk meniru cara memaduan pakaian seperti pemilihan warna, Aksesoris, dan lain-lain

[83] Hasil Wawancara dengan Bimbi tanggal 28 Desember 2018
[84] Hasil Wawancara dengan Alif tanggal 27 Desember 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kemudian bisa diaplikasikan pada cara berpakaian masing-masing informan itu sendiri.

"Oke sih. yang aku tau emang artis artis yg itu fashionnya oke-oke. Aku suka banget. setiap penampilan baik di video musik ataupun perfom di panggung fashionnya selalu keren banget, dan itu selalu beda sama boyband-girlband yang lain. Mereka bener bener berani bermain sama fashion matching-in warna sama hairstyle itu yang aku suka sama YG. Tapi buat beli nggak deh, sayang uangnya. Aku lebih ngikutin ke pemasngan warna baju atau motif seumpamanya kayak celananya Lisa kan motif trus atasannya item ya bisalah di tiru"[85]

Berikut yang dikatakan oleh nana tentang fashion.

"Yang ddu du ddu du aku suka, fashion YG yang aku nilai sih emang beda dari fashion fashion agensi lain gitu kan ya terus kalo dari itu kan keliatan gitu, kayak uda ada pembedanya sama fashion fashion di MV-MV lain jadi lebih interting aja gitu buat di tonton. Kalo niru fashion nya paling ke mix and match nya ya kalo fashion yang asli gitu gitunya nggak, aku ga se ekstrim itu."[86]

9. Menginterpretasi pesan yang terdapat dalam *scene* video

Penggambaran, *visual efect*, atau semua hal yang terdapat dalam video musik *Blackpink ddu du ddu du* , diperlukan kemampuan yang baik untuk melakukannya. Orang -orang yang terlibat dalam pembuatan video musik tersebut pasti adalah orang-orang yang hebat dan ahli di bidangnya masing-masing. Menurut beberapa informan video yang di unggah pada tanggal 5 juni 2018 tersebut memiliki makna yang dalam di setiap *scene* dalam video tersebut. Dimulai dari secene pertama yang menunjukkan para member duduk di kursi, kemudian seorang member duduk di sebuah kursi seperti tahta kerjaan dia atas lantai catur dengan menggendong anjing kecil hingga pada *scene* yang terakhir. Berikut pendapat Bimbi mengenai beberapa *scene* dan part dalam video musik *ddu du ddu du* .

[85] Hasil Wawancara dengan Nilna tanggal 27 Desember 2018
[86] Hasil Wawancara dengan Nana tanggal 22 Desember 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"Visual awalnya kan udah bagus itu yah ya aku suka sama Blakcpink yang ddu du ddu du , menurutku videonya emang keren banget tau, ga ngerti kenapa ya pas liat di Youtube ya langsung suka aja gitu, gimana ya dari awal kan kaya bangunan bangunan gitu yang bagus gitu unik gitu loh trus masuk ke jennie yang megang anjing kecil, yang gendong anjing itu kayak bagus gitu loh mbak pertamanya, kayak putri gitu kan di catur, unik aja gitu buat aku. Nah aku juga suka pas bagiannya rose kan ada part dimana dia yang putri pake gaun putih trus abisnya itu ada rose lagi tapi dia natep ke atas kaya dia lagi ngeliatin oh ini sosok putri, jadi aku cuma dapet get poinnya disini cuman kayak oh aku ngeliat sesosok putri. Pas bagiannya jisoo, itu aku dapet poinnya gini kan di belakangnya ada lukisannya dia yang gede di sekelilingnya ada kayak orang banyak pake setelan item bawa kaya camera atau layer hape tapi bentuknya kayak pistol trus si jisoonya jatuh. Kalau aku sih nangkepnya kayak kalau artis atau jadi terkenal disorot gitu tapi saat dia jatuh juga banyak banget yang nyorot dia. Aku nyoba deskripsiin sendiri sih maknanya cuman ya kan ada grup lagi ya balik lagi ke grup lagi buat diskusiin atau tanya aku tuh kaya gini sama scene video yang ini, bener ga sih maknanya gitu. Terus pas bagiannya lisa itu kan kaya di apa sih itu, brangkas super gede gitu kaya di bank-bank di film. Mungkin maksudnya dia jadi orang sukses dan mandiri kali ya"[87]

Penginterpretasian pesan dalam *scene* di video musik *ddu du ddu du* juga dilakukan oleh Izza. Ia juga menyampaikan hal sama bahwa terdapat makna dalam video tersebut.

"Aku suka ddu du ddu du soalnya visual effect di videonya keren trus kayak ada arti tersirat dibalik Scene-Scene yang ada disana tapi aku gak mau nerjemahin apa takut salah. Yang pasti aku suka pas jennie bawa anjing, ngelus-ngelusin kepala anjingnya, yang ada di awal pokoknya."[88]

Interpretasi pada *scene* yang terdapat dalam video juga dilakukan oleh Nilna.

"Videonya bagus sih kalo menurut aku gimana ya visual effect nya itu bagus. Videonya kan banyak mengandung makna jadi kita itu menginterpretasiin sendiri, kay pas bagian rose jadi princess eh ratu apa princess gitu yang itu loh mbak yang pake gaun putih."[89]

Sedangkan Alif mengungkapkan bahwa pesan dalam video musik *Blackpink, ddu du ddu du* menjadi salah satu alasan ia menyukai video tersebut.

"Aku suka ddu du ddu du juga karna videonya punya makna yang dalam. Kayak ada jisoo yang di foto pas jatuh. Aku memaknakannya dia sebagi artis yang

[87] Hasil wawancara dengan Bimbi tanggal 27 Desember 2018
[88] Hasil Wawancara dengan Izza tanggal 27 Desember 2018
[89] Hasil Wawancara dengan Nilna tanggal 27 Desember 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dipuja puja tapi pas jatuh camera nyorot ke dia semua gak ada yang bantuin dia berdiri."[90]

Berikut penuturan Dinda tentang pesan dalam video musik *ddu du ddu du* .

"Dari visul efeknya sama lightingnya oke gitu soalnya aku juga ga bisa buat kayak gitu. Aku suka partnya lisa di brangkas gede keren banget.terus katanya juga Ada makna tersembuunyi dari setiap Scene. Pertama kali aku liat juga kupikir iya sih. Makanya aku cariin video fanmade di youtube yang ngebahas tentang itu"[91]

10. Ketertarikan pada penampilan fisik anggota *Blackpink*

Ketertarikan penggemar pada musik *kpop* tidak hanya didasarkan pada seberapa bagus lagu yang didengarkan tetapi dari ketampanan dna kecantikan wajah member *boyband* atau *girlband* bisa mempengaruhi penggemar untuk menyukai sebuah grup musik dan menonton video musiknya. Melalui wawancara mendalam dengan informan mengenai video musik *ddu du ddu du* , peneliti memperoleh data bahwa empat dari informan tertarik menonton video musik *ddu du ddu du* dikarenakan penampilan fisik dari masing-masing member *Blackpink*. Orang yang dianggap cantik sangat menarik untuk dilihat oleh mata.

"Aku lebih fokus sama musiknya tapi kalo ada member yang ganteng aku juga suka, yang cantik juga suka. Pas Blackpink keluar aku langsung suka jisoo, soalnya cantik, suaranya bagus."[92]

Bagi Izza penampilan fisik member *boyband* atau *girlband* mampu menarik perhatiannya untuk menontonnya. Hal ini terjadi ketika ia menonton video *Blackpink* dan menyukai salah satu anggota karena ia menganggapnya cantik dan bertalenta. Penampilan fisik juga mempengaruhi kesukaan Bimbi pada *Blackpink* tampak dalam pemaparan berikut.

[90] Hasil Wawancara dengan Alif tanggal 27 Desember 2018
[91] Hasil Wawancara dengan Dinda tanggal 3 Januari 2019
[92] Hasil Wawancara dengan Izza tanggal 27 Desember 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"Jennie, dia terlihat garang, mukanya jutek gitu tapi kan aslinya itu lucu, imut, penakut gitu. Di ddu du ddu du loh yampun keren banget dia"[93]

Hal yang sama juga dialami oleh Alif , bahkan ketika diwawancarai ia menyebut nama lisa sebanyak dua kali.

"Lisa lisa wuayune, gak perlu oplas dia uda cantik banget. Aku nonton ddu du ddu du cuman buat nontonin Lisa doang kayaknya"[94]

Ketertarikan pada penampilan fisik juga berlaku pada Dinda, bedanya ia juga tertarik pada fashion salah satu member *Blackpink* seperti yang dituturkan berikut.

"Pas liat jennie eye catching banget dari atas sampe bawah keren banget. Mukanya dia itu cocokk aja gitu dipasangin sama outfit-outfit keras kaya gaya-gaya rock, swag atau apadah tuh sebutannya"[95]

11. Kecenderungan mendownload dan memutar MP3-MP4

Ketenaran video musik *Blackpink* yang berjudul *ddu du ddu du* yang menjadi perbincangan mampu mempengaruhi perilaku penggemar untuk selalu mendengarkan lagu tesebut. Setelah rilisnya video musik *ddu du ddu du* , beberapa informan mengaku mendownload MP3 dari *ddu du ddu du* dan mengalami kecenderungan memutar musiknya. Salah satu informan, Alif mengatakan setelah mengetahui *ddu du ddu du* sudah rilis, ia langsung mendownload MP3 dan MP4 *ddu du ddu du* setelah sebelumnya menonton videonya di Youtube. Ia menyimpan keduanya di tempat yang berbeda. Untuk MP3 disimpan di ponselnya sedangkan untuk MP4 *ddu du ddu du* ia simpan di laptopnya.

"download MP3 sama MP4 tapi yang MP4 tak taruh laptop soalnya lebih sering dengerin musiknya dibandingin nonton videonya"[96]

---

[93] Hasil Wawancara dengan Bimbi tanggal 28 Desember 2018
[94] Hasil Wawancara dengan Alif tanggal 27 Desember 2018
[95] Hasil Wawancara dengan Dinda tanggal 3 januari 2019
[96] HASil wawancara dengan Nilna tanggal 27 Desember 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bimbi juga melakukan hal yang sama seperti dalam pernyataanya

"Nontonin atau nyetel sering sih ya kalo lagi ga bawa laptop ya nontonnya di Youtube, aku download mp3 sama mp4 nya tapi mp4nya aku simpenin di laptop soalnya kan memori hapeku dikit jadi paling yang di hape cuman mp3."[97]

Informan lainnya juga mendownload MP3 dari *ddu du ddu du* namun yang berbeda adalah mereka lebih memilih menonton video di Youtube dibandingkan menyimpannya MP4-nya. Berikut penutusan yang disampaikan oleh Bimbi.

"Lagunya yang ddu du ddu du langsung download mp3 nya. Videonya langsung nonton di Youtube"[98]

"Sering banget nyetel musiknya tapi ga sampe setiap hari, pas lagi mood pengen dengerin aja yang di setel. Kalo nonton saya lebih suka nonton di laptop, hape saya sering lemot soalnya, kalo di laptop kan connect ke wifi kan bisa juga sambal chattingan. Saya nyimpen MP3 doang di hape, memorinya gak cukup soalnya mau buka videonya aku pake Youtube aja kan gampang nyarinya."[99]

Nana dan Dinda juga mengatakan hal yang sama dengan informan lainnya.

"Dibilang sering ya sering tapi dibilang jarang ya jarang, kayak ga setiap hari juga gitu intinya AKu dengerin ddu du ddu du tergantung mood. Kalo ngunduh MP4 nya ngga ada cuman MP3 nya doang di simpen di hape soalnya kalo MP4 nya biasanya langsung liat di Youtube."[100]

"Biasa pas lagi nganggur dengerin musiknya atau kalo ngga buka Youtube nontonin MV nya, jadi gak nentu sih kalo ditanya seberapa sering dengerinnya. MP4 nya ga nyimpen, biasanya langsung buka youtube kalo MP3 nya iya."[101]

12. Tidak mengikuti Komunitas

Dari hasil penelitian diperoleh fakta bahwa penggemar *kpop* yang menjadi informan dalam penelitian ini hampir semuannya tidak mengikuti komunitas yang didirikan oleh penggemar *kpop* setempat atau se-Indonesia. Terdapat beberapa alasan berbeda yang melatarbelakangi penggemar *kpop*

[97] Hasil Wawancara dengan Bimbi tanggal 28 Desember 2018
[98] Hasil Wawancara dengan Izza tanggal 27 Desember 2018
[99] Hasil Wawancara dengan Aliftanggal 27 Desember 2018
[100] Hasil Wawancara dengan Nana tanggal 22 Desember 2018
[101] Hasil Wawancara dengan Dinda tanggal 3 Januari 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memutuskan untuk ikut atau aktif dalam sebuah komunitas. Hal ini diutarakan oleh Izza melalui wawancara mendalam. Ikut serta dalam sebuah komunitas *kpop* berarti anggota aktif berpartisipasi dalam kegiatan atau perbincangan yang dilakukan dalam komunitas.

"Saya tidak mengikuti komunitas yang dibuat kpop, cuman follow sosmed aja. Soalnya kalo ikut takutnya keterusan, ga konsentrasi belajar sama takut jadi fanatik, kalo udah fanatik biasanya sering fanwar di sosial media. Berantem saling membela idol favoritnya pake komenan kasar. Biasanya gitu apalagi kemaren Blackpink sempet ada masalah dan lagi rame juga di sosmed, saya gamau keterusan."[102]

Izza mengatakan bahwa hal umum yang terjadi ketika seorang penggemar ikut dalam komunitas akan membuat dirinya menjadi fans yang fanatik, menyebabkan berkurangnya toleransi antar fandom sehingga ketika terdapat suatu permasalahan kecil akan dengan mudah menimbulkan *fanwar* atau pertengkaran antar penggemar di sosial media. Hal ini biasanya ikuti oleh komentar kasar dan saling hujat untuk membela Artis yang diidolakan. Selain itu Izza juga tidak ingin kegiatannya dalam komunitas merusak konsentrasi perkuliahan. Hal yang sama dibenarkan oleh Nilna.

"Aku suka Blackpink tapi gak mau jadi fan. Gak suka berantem"[103]

Bimbi berpendapat sama dalam pernyataannya berikut. Menurutnya tidak perlu ikut komunitas jika hanya ingin tau informasi tentang idol *kpop* yang disukai. Dengan adanya teknologi penggemar bisa dengan mudah mengakses dan memperoleh informasi.

"Aku ga ikut kegitan atau masuk ke komunitas manapun, aku ga tertarik soalnya buat aku tuh ngapain gitu ikut kaya gitu loh, kita bisa kok cari sendiri mana sekang uda canggih banget jadi cuman buat ngorek informasi bisa dimana aja.

[102] Hasil Wawancara dengan Izza tanggal 27 Desember 2018
[103] hasil wawancara dengan Nilna tanggal 27 Desember 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Lagian aku juga gamau jadi fanatik takut keterusan fanwar soalnya saya agak gak bisa diem anaknya"[104]

Namun berbeda lagi dengan pengalaman Dinda. Ia pernah ikut bergabung dengan komunitas EXO L yang berada di surabaya. EXO L adalah sebutan untuk penggemar EXO seperti yang ia sampaikan dalam wawancara berikut.

"Aku pernah ikut komunitas tapi ga pernah dateng, kayak komunitas EXO L Surabaya. Aku juga pernah ikut gathering yang diadain sama komunitas lain"[105]

[104] Hasil Wawancara dengan Bimbi tanggal 28 Desember 2018
[105] Hasil Wawancara dengan Dinda tanggal 3 Januari 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

ANALISIS DATA

A. Temuan penelitian

Analisis data merupakan bagian dari tahap penelitian kualitatif untuk menganalisis data yang diperoleh dari wawancara dengan informan dan dari data lapangan yang telah melalui tahap pengkajian. Analisis data dilakukan sejak awal bersamaan dengan pengumpulan data dari informan. Data-data yang telah diperoleh dari informan kemudian diproses untuk pengumpulan guna menghasilkan temuan-temuan yang kemudian dianalisa dan ditelaah.

Perolehan ini kemudian dihubungkan dengan fenomena yang terjadi serta dihubungkan dengan teori untuk mencapai hasil akhir yang berupa kesimpulan tentang perilaku komunikasi dari penggemar *kpop* dalam menonton video musik *Blackpink* yang berjudul ddu du du ddu. Fokus penelitian dijadikan akar oleh peneliti untuk menggali data lebih jauh lagi sebagai awalan pembahasan dalam hasil temuan yang ada.

Analisa data didasarkan pada fokus dalam penelitian ini yaitu pada perilaku dari penggemar *kpop* yang merupakan mahasiswa UIN Sunan Ampel surabaya. Perilaku dalam penelitian ini diarahkan pada komunikasi baik verbal maupun non verbal serta penggunaan media dalam bekomuikasi dari masing-masing informan yang merupakan audien dari video musik *Blackpink* dengan judul *ddu du ddu du* di Youtube. Hal ini dimaksudkan untuk dijadikan perbandingan satu sama lain dalam melihat komunikasi yang dilakukan oleh informan sebagai audien salah satu konten *kpop* di youtube.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Komunikasi yang diamati terjadi ketika penggemar *kpop* pertama kali mengetahui informasi tentang *Blakcpink comeback* dengan lagu berjudul *ddu du ddu du* , kemudian mucul reaksi dari penggemar membentuk perilaku baik secara verbal maupun non verbal. Penggemar memperoleh informasi melalui media sosial yaitu melalui postingan yang diposting oleh akun resmi dari agensi. Informasi yang diberikan biasanya berupa gambar artis yang akan *comeback* atau video teaser yang didalamnya disertai judul lagu dan tanggal perilisan.

Pemberitaan *comeback Blackpink* dengan judul *ddu du ddu du* melalui media sosial atau youtube banyak menarik perhatian penggemar. hal ini dikarenakan oleh status agensi yang dinauingi *Blackpink* merupakan salah satu dari tiga agensi raksasa di korea selatan. *Blackpink* juga merupakan *girlband* yang dengan cepat menarik perhatian penggemar *kpop* sejak pertama kemunculannnya sehingga membawa nama blackcpink melambung tinggi dan dikenal oleh semua orang sampai sekarang.

Karena adanya pemberitaan single baru *ddu du ddu du* ini kemudian memuncukan rasa penasaran penggemar. Beberapa penggemar memposting ulang informasi tersebut disebarkan melalui akun pribadi dan akun-akun yang membahas tentang *kpop* juga mempostingnya. Dengan begitu maka semakain banyak penggemar yang mengetahuinya sehingga menjadikan *Blackpink* menjadi topik pembicaraan sesama pengggemar. Baik secara langsung atau melalui sosial media.

Ketika tiba pada tanggal perilisannya, penggemar segera menonton di youtube. Kegiatan ini memunculkan reaksi dari peenggemar yang menonton

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berupa beberapa komentar yang dilontarkan oleh penggemar. Respon yang muncul saat menonton biasanya berbentuk komentar tentang visual effect dan lighting yang ada pada video, ketertarikan pada penampilan anggota *Blackpink* dalam video baik fashion, kecantikan, koreografi, maupun adegan dalam video.

Bahkan informan juga menginterpretasikan makna yang terkandung dalam setiap adegan. Perilaku lain yang juga dilakukan oleh beberapa informan adalah mengunduh dan memutar mp3 dan mp4 dari lagu tersebut agar bisa mendengarkan ulang musiknya serta mencari terjemahan lirik lagu, bernyanyi dan menggerakkan badan meniru koreografi dalam video ketika memutar lagu tersebut.

Dari keterangan diatas memunculkan beberapa temuan-temuan dalam penelitian perilaku komunikasi yang kemudian diklasifikasikan berdasarkan perilaku komunikasi verbal, perilaku komunikasi non verbal dan perilaku penggunaan media dalam komunikasi penggemar *kpop* sebagai audien video musik *Blackpink* yang berjudul *ddu du ddu du* di Youtube. Para informan cenderung bersikap lebih terbuka kepada ketika berada di lingkungan yang dikelilingi oleh orang-orang yang dikenalnya dibandingkan ketika penggemar berada di tempat umum. Hal ini dibuktikan dengan pengakuan dari beberapa informan yang mengatakan bahwa mereka tidak akan menyanyi dan menari di tempat yang ramai yang terdapat banyak orang dikarenakan oleh rasa malu, menjaga citra atau *image*, merasa tidak percaya diri, sungkan, dan merasa asing. Sedangkan itu tidak terjadi ketika berada dalam lingkup pertemanan yang akrab karena saling mengetahui cukup dalam satu sama lain sehingga tidak akan terjadi kecanggungan, teman akrab lebih dipercayai dari pada orang lain yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hanya sebatas kenal, tidak ada rasa sungkan, dan lebih sering menunjukkan ekspresi.

Berikut adalah pembagian dari perilaku yang diperoleh dari hasil temuan:

1. Perilaku komunikasi verbal

a. Berkomentar

Memberikan komentar adalah tindakan verbal yang dilakukan seseorang dalam menangapi sesuatu. Temuan yang dihasilkan mengungkapkan bahwa penggemar *kpop* yang menonton video musik *ddu du ddu du* milik *Blackpink* menunjukkan pendapat dengan memberikan komentar.

Komentar yang diberikan penggemar *kpop* juga dilakukan dengan bermacam cara yaitu berkomentar secara langsung atau tidak ketika *ddu du ddu du* diputar atau melalui media sosial atau bertukar pendapat dengan orang lain yang juga menikmati konten tersebut. Tindakan ini merupakan komunikasi verbal dalam mewakili pendapat, opini, atau penilaian pada apa yang dilihat dan didengarkan oleh penggemar.

Reaksi dalam sebuah komunikasi bisa terjadi ketika komunikan merespon rangsangan yang diterima dari komunikator baik itu sesuai atau tidak makna dalam pesan menurut persepsi komunikan. Adanya reaksi dari penggemar *kpop* sejak kemunculan single *ddu du ddu du* adalah sesuatu yang diharapkan oleh produser namun produser tidak bisa mengendalikan persepsi penggemar.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam kasus *ddu du ddu du* ini, penggemar menunjukkan respon secara verbal melalui ucapan atau tulisan. Baik atau tidakya ucapan yang keluar dari mulut penggemar tergantung dari bagaimana pandangan mereka mengenai konten tersebut. Komentar yang dilontarkan oleh penggemar *kpop* dalam menonton vide musik tersebut adalah sebagai berikut :

1. Berkomentar tentang penampilan fisik dari personel *Blackpink* seperti kecantikan wajah, *make up*, dan gaya busana.
2. Berkomentar tentang *visual effect* yang digunakan dalam video musik tersebut.
3. Berkomentar tentang koreografi dari lagu ddu du ddu du dalam video
4. Memberikan penilaian mengenai bagian yang disukai dan tidak disukai baik secara langsung atau berdiskusi dengan teman di sosial media

b. Berdiskusi

Salah satu peran bahasa adalah sebagai pengikat individu dengan lingkungannya. Penggemar *kpop* yang terjalin dalam sebuah pertemanan sering terlibat diskusi yang berkaitan dengan *kpop.*

Topik pembicaraan penggemar *kpop* dengan penggemar lainnya biasanya bermacam-macam jenisnya. Di lagu *ddu du ddu du* ini banyak sekali sesuatu yang dibahas dan didiskusikan seperti berikut ini :

1. Berbagi Informasi yang bisa didiskusikan untuk memberikan pengetahun tentang *Blackpink* yang sebelumnya tidak diketahui oleh penggemar lainya.
2. Mengutarakan imajinasi atau bayangan dalam benak penggemar kepada penggemar lain mengenai lagu baru yang akan rilis

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Terlibat pembicaraan tentang video musik yang telah ditonton seperti busana yang dikenakan orang-orang yang terdapat dalam video, skenario atau alur cerita yang ada dalam video, dan *visual effect* yang digunakan dalam video.
4. Mendiskusikan makna dari setiap adegan yang dilakukan oleh personel *Blackpink.*
5. Mengutarakan apa yang disukai dan tidak disukai dalam video tersebut kepada penggemar lain yang terlibat dalam diskusi seperti adegan atau fashion yang digunakan.

Ketika seorang menemukan kesamaan dengan orang lain maka kedua orang tersebut akan lebih mudah dalam berkomunikasi. Mereka akan menemukan kecocokan dalam sebuah pembicaraan mengenai topik yang sama atau apa yang mereka sukai apalagi jika mereka berasal dari satu lingkungan yang sama, begitupula penggemar *kpop.*

Diskusi atau ketelibatan penggemar dalam sebuah obrolan dengan orang lain bisa memiliki maksud sebagai usaha dalam membentuk suatu hubungan atau ikatan yang lebih erat, memecahkan sebuah persoalan yang belum bisa diterpecahkan dengan meminta pendapat orang lain, atau hanya sekedar untuk menghilangkan rasa penasaran dan lain sebagainya.

c. Bernyanyi

Instrument dalam lagu bersifat persuasif yang bisa memberikan hiburan kepada pendengar dan mampu mendorong untuk bertindak. Musik adalah ciptaan manusia yang juga mengalami emosi dan dituangkan dalam bentuk karya seni yang berupa instrument dan syair atau lirik. Pengalaman yang dimiliki seseorang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang bisa diserap dalam musik yang ia dengarkan. Adalah suatu kewajaran jika orang yang mendengar lagu tersebut seolah mengalami dan merasakan situasi dan kondisi yang sama seperti dalam lagu.

Salah satu temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa lagu *ddu du ddu du* juga bisa mempengaruhi mood penggemar. Instrument dalam lagu *ddu du ddu du* memperbaiki suasana hati yang buruk dengan meningkatnya rasa semangat, senang, dan bahagia dalam diri penggemar

Bernyanyi adalah tindakan yang merupakan suatu respon karena adanya rangsangan yang terdapat dalam sebuah lagu. Sering sekali seorang yang sering mendengarkan sebuah lagu akan ikut bernyanyi secara tidak sadar ketika lagu diputar. Ini menunjukkan bahwa orang tersebut sedang terhibur atau menyatu dengan melodi yang terdapat dalam sebuah lagu.

Perilaku ini juga terjadi pada penggemar *kpop* yang menonton video musik *ddu du ddu du* dan sering mendengarkan lagunya dan kadang penggemar juga mengikuti gerakan koreografinya. Dari hasil temuan menunjukkan beberapa penggemar menyanyikan lagu *ddu du ddu du* ketika musik di putar namnum untuk beberapa orang, mereka hanya menyanyikan lagu yang bisa dipahami dan bisa lafalkan dengan mudah seperti pada bagian lirik yang berbahasa inggris.

Selain itu juga terdapat fakta yang ditemukan bahwa semua penggemar *kpop* yang menjadi informan dalam penelitian ini menunjukkan perilaku berbeda ketika mereka berada di kampus dan di kos.

Perubahan sikap penggemar yang terjadi di kampus dan di kos sangat berbeda. Ketika berada di kampus penggemar cenderung bersikap lebih tertutup.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jarang sekali mereka ikut bernyanyi saat musik diputar dan tidak ada pergerakan badan yang mununjukkan peniruan koreografi. Penggemar cenderung bersikap malu dan menjaga image dikarenakan kampus adalah tempat umum yang terdapat banyak sekali orang asing dan teman yang memiliki hubungan tidak terlalu dekat.

Sedangkan ketika penggemar berada di kos yang terjadi adalah sebaliknya. Mereka lebih terbuka, leluasa berekspresi, dan menunjukkan emosi. hal ini dikarenakan oleh intensitas pertemuan dengan orang-orang di kos lebih sering terjadi dan menimbulkan rasa saling memahami satu sama lain hingga terjalin hubungan yang lebih erat.

2. Perilaku komunikasi non verbal

a. Mengunduh file MP3 dan MP4 untuk didengarkan ulang

Hasil temuan menunjukkan bahwa penggemar *kpop* mengunduh file MP3 dari lagu *ddu du ddu du* setelah menonton video musiknya di Youtube. Ini menyatakan bahwa penggemar memiliki keinginan untuk memutar ulang musik dari *ddu du ddu du* di masa yang akan datang di waktu dan tempat yang diinginkan. Sebagian dari mereka juga mengunduh file MP4 dari video musik *ddu du ddu du* dengan tujuan yang sama agar bisa menonton video musik dimana saja dan kapan saja. Pengunduhan dilakukan di beberapa situs dalam sebuah aplikasi seperti vidmate, ucbrowser atau dalam aplikasi *music streaming* seperti *joox* dan *spotify*.

Yang menjadi alasan utama dari perilaku tersebut adalah ketika menonton video yang di unduh tidak akan menghabiskan banyak kuota internet atau dengan memutar ulang video yang diunduh tidak perlu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menggunakan internet dan membuka aplikasi Youtube. Namun untuk sebagian penggemar lainnya tidak melakukan pengunduhan karena menonton melalui Youtube dianggap lebih praktis, kapasitas dari file MP4 terlalu berat dan bisa menghabiskan banyak *space* memori pada gadget. Intensitas dalam memutar lagu *ddu du ddu du* tidak terlalu rutin. Beberapa informan mendengarkan lagu *ddu du ddu du* bisa sampai tiga kali dalam sehari namun tidak dilakukan setiap hari, sebagian mengaku tergantung dari sistem putar otomatis dari *suffle play* yang ada diponselnya, dan sebagian lagi mengatakan tergantung dari suasana hati.

b. Menunjukkan ketertarikan pada pernampilan fisik.

1) Menunjukan ekspresi wajah

Persepsi mengenai penampilan fisik juga membentuk perilaku penggemar ketika menonton video musik *Blackpink* . Penggemar menganggap kecantikan yang dimiliki oleh anggota *girlband Blackpink* adalah poin tambahan selain talenta yang mereka miliki. Selain itu persepsi penggemar pada *visual effect* dari video tersebut juga ditunjukkan melalui ekspresi yang muncul pada wajah.

Temuan dari penelitian menemukan fakta bahwa terdapat banyak ekspresi yang muncul dari informan yang menyiratkan macam-macam penilaian berbeda ketika melihat video musik *ddu du ddu du* yang sedang di putar, sebagai berikut :

1. Ketercengangan yang bisa diartikan sebagai bentuk kekaguman pada apa saja yang terdapat dalam video musik *ddu du du ddu*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Tersenyum ketika menonton sebagai bentuk rasa senang dan bahagia akan apa yang dilihat dan dingarkan
3. Terdiam menonton bisa diartikan bahwa informan sedang berkonsentrasi.
4. Sebagian menunjukkan diri dengan melontarkan seruan wow atau wah sebagai bentuk kesenangan dan rasa terhibur.

2) Pemilihan busana

Salah satu ketertarikan penggemar *kpop* dalam menonton video musik *Blackpink* adalah pada fashion yang dikenakan dalam video tersebut. Cara berbusana memberikan pengetahuan kepada orang yang melihatnya dengan menilai, memaknai dan menghubungkan dengan suatu budaya tertentu. Dari data yang diperoleh ditemukan fakta bahwa penggemar *kpop* berkeinginan untuk memiliki fashion yang sama dnegan member *Blackpink* yang dilihatnya dalam video.

Namun terdapat beberapa alasan yang menjadikan mereka tidak bisa merealisasikannya. Untuk alasan yang pertama yaitu menurut pandangan penggemar pakaian yang dikenakan oleh *Blackpink* sangat pendek dan terlalu terbuka. Sedangkan dalam mengenakan pakaian harus sesuai dengan norma yang berlaku, diyakini, dan disepakati dalam lingkungan masyarakat tempat ia tinggal.

Di Indonesiayang memiliki budaya yang sangat berbeda dengan Korea selatan tentu juga memiliki norma-norma yang dianut dalam kehidupan sosialnya apalagi mayoritas di Indonesia adalah muslim. Bagi seorang muslim yang setiap harinya diharuskan untuk menutup aurat. Alasan kedua adalah terdapat perbedaan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ekonomi antara *Blackpink* yang merupakan superstar dan penggemar yang yang hanya berasal dari keluarga biasa dengan ekonomi yang cukup.

Perbandingan perekonomian di Indonesia dengan di Korea Selatan juga sangat berbeda sehingga nilai mata uang juga berbeda. Jika harga dari satu item yang dikenakan *Blackpink* menurut orang Korea selatan tidak telalu mahal maka di Indonesia bisa menjadi berkali lipat lebih tinggi. Apalagi pakaian yang dikenakan tersebut juga berasal dari brand berkelas yang di Indoensia bisa mencapai puluhan jutaan rupiah untuk satu item.

Tetapi penggemar tidak lantas langsung berhenti menjadikan fashion *Blackpink* sebagai inspirasi karena sebagian dari mereka memilih untuk meniru mix and match dari pakaian yang dipakai *Blackpink* tanpa harus mengenakan pakaian serupa seperti penyesuaian warna atasan dan bawahan atau mencarikan setelan yang pas untuk pakaian bermotif.

3) Menggerakan anggota tubuh

Perilaku yang muncul karena pengaruh rangsangan dari lagu kegiatan menonton video musik atau mendengarkan lagu adalah melakukan gerakan tubuh. Seperti halnya bernyanyi, ketika mendengarkan lagu melalui telinga otak memproses dengan memberikan dorongan pada tubuh untuk melakukan sebuah tindakan seperti menirukan hal yang sama.

Ini terjadi pada orang yang mendengarkan musik atau melihat hal yang dianggap menarik. Menggerakkan tubuh ketika mendengarkan lagu *ddu du ddu du* adalah komunikasi yang menunjukkan bahwa seseorang tersebut sedang terhubung dengan instrument, melodi, atau lagu yang sedang ia dengarkan. Ini

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

juga bisa berarti bahwa ia merasa senang dan terhibur ketika mendengar lagu tersebut. Dari hasil observasi menunjukkan bahwa informan lebih sering menunjukkan gerakan mengangguk-angguk dan meniru koreografi dari reff *ddu du ddu du* ketika mendengar musik *ddu du ddu du* putar. Namun hal ini dilakukan ketika informan sedang tidak berada di tempat umum.

3. Perilaku penggunaan media

a. Media sosial dijadikan saluran utama dalam memperoleh informasi tentang *kpop*

Peran media yang menjadi sarana bagi orang-orang untuk berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan produk. Pemasaran dilakukan oleh agensi *kpop* serta fandom resmi semuanya memanfaatkan teknologi digital dan online. Internet sebagai media baru dalam komunikasi bersifat bebas tidak pernah terputus sepanjang waktu dan berlangsung tanpa henti.

Tidak bisa dipungkiri dari era digital ini media online benar-benar berperan besar dalam menyebarkan informasi apapun secara pesat termasuk budaya populer. Penggemar *kpop* adalah populasi yang jumlahnya sangat banyak dan lahir karena media. Media menjadi saluran utama penggemar *kpop* dalam berkomunikasi. Mereka dengan mudah memperoleh informasi tentang idolanya melalui media sosial tanpa batasan mempengaruhi hampir semua penggemar *kpop* untuk menjadi pengguna media sosial yang aktif.

Penggemar *kpop* berperan sebagai pengguna informasi dan sumber informasi. Pemberitaan tentang dirilisnya single *ddu du ddu du* milik *Blackpink* mepengaruhi penggemar untuk tetap aktif menggunakan media sosial. Selain itu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebagian dari penggemar mengikuti akun resmi *Blackpink*, akun dari masing-masing anggota atau *CEO* dari agensi yang menaungi *Blackpink* dengan alasan informasi yang diperoleh tidak hanya simpang siur dan akan lebih akurat. Sejak kemunculan beritanya, informasi tentang *Blackpink* lebih sering diproduksi dan dibagikan oleh pengguna media sosial baik agensi resmi, penggemar dan dari akun fanbase hingga beberapa minggu setelah perilisan video musik keluar.

Kejadian ini membentuk perilaku komunikasi yang berkelanjutan dari penerimaan informasi oleh penggemar media yang kemudian informasi tersebut di proses untuk di komunikasikan lagi dengan penggemar lainnya baik secara personal atau kelompok sehingga menjadi membentuk sebuah fenomena.

b. Penggemar berbagi informasi melalui grup di media sosial

Kemunculan *ddu du ddu du* berdampak pada perilaku komunikasi kelompok penggemar *kpop*. Beberapa penggemar terlibat pembicaraan dengan penggemar lainnya mengenai *ddu du ddu du* di media sosial bahkan ini terjadi sampai beberapa hari setelah lagu tersebut rilis. Pembicaraan tentang *ddu du ddu du* dilakukan penggemar di dalam sebuah grup di media sosial yang beranggotakan orang-orang terdekat yang juga merupakan sesama penggemar *kpop*.

Oleh penggemar *kpop*, grup juga dijadikan sebagai tempat untuk berbagi informasi online, mengirim link, gambar, video atau konten lain yang membahas tentang idolnya. Berdasarkan dari keterangan sebelumnya, bisa di katakan bahwa secara individu terlepas dari kelompok, setelah menerima informasi atau pesan seorang penggemar *kpop* menjadi komunikan sekaligus komunikator.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pertukaran informasi terjadi dalam komunikasi interpersonal dengan penggemar *kpop* lainnya ketika salah satu dari mereka memutuskan untuk berbagi informasi. Perilaku ini juga mengarahkan individu untuk menyebarkannya lagi dengan lebih mudah. Oleh karena alasan itu penggemar *kpop* cenderung membentuk sebuah grup bersama teman yang memiliki nilai sosial, pengetahuan, tujuan, kepercayaan yang sama dari setiap anggota dengan aggota lainnya sehingga terjadi keterbukaan dengan sesama anggota.

Sikap terbuka penggemar *kpop* timbul karena adanya rasa nyaman, kecocokan, atau terkoneksi dengan sesama penggemar. Sikap ini mendorong individu untuk terlibat dalam sebuah obrolan atau diskusi. Media yang dipilih untuk berdiskusi mereka adalah media sosial yang bisa dengan mudah menghubungkan antara satu sama lain. hal ini lah yang kemudian menimbulkan perilaku penggunaan media untuk saling berdiskusi, berbagi, mengutarakan pendapat dan saling bertukar opini segala hal tentang *kpop*.

c. Mencari terjemahan lirik lagu.

Lagu *ddu du ddu du* adalah lagu yang diproduksi dan dinyanyikan oleh *girlband* yang berasal dari Korea selatan, wajar jika lirik yang dinyanyikan tidak bisa dipahami oleh orang indoensia kecuali orang tersebut bisa berbahasa Korea dan memiliki skill dalam menerjemahkan bahasa Korea ke bahasa Indonesia.

Penggemar yang ada di indoenesia dan tidak memahami makna dari lirik lagu tersebut akan memanfaatkan media online untuk mencari Arti bahasa Indonesia dari lirik tersebut, seperti mencari di situs yang menyediakan lirik terjemahan lagu Korea, menerjemahkan melalui google terjemah, atau mencari

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

video buatan penggemar yang berisi lirik lagu yang telah di terjamakan di Youtube.

Manusia adalah makhluk yang mudah tertarik pada sesuatu yang dianggapnya menarik dan akan melakukan apa saja untuk menghilangkan rasa penasarannya. Penggemar *kpop* adalah penggemar suatu budaya populer yang bersal dari Korea. Ketertarikannya ada pada budaya korea yang dibawa melalui konten yang mereka konsumsi. Untuk memuaskan diri mereka akan mencoba untuk memahaminya dengan cara mempelajari apa saja yang ia inginkan yang berkaitan dengan budaya tersebut.

Sama halnya dengan ketertarikan penggemar *kpop* pada lagu yang didengarkan. Mereka berusaha untuk mencari tahu lirik dari lagu tersebut beserta terjemahannya agar bisa lebih mudah dipahami dan diresapi maknanya. Perilaku ini juga muncul pada penggemar *kpop* sebagai audien video musik *ddu du ddu du* . Apalagi dengan adanya media internet yang bisa dengan cepat seseorang memperoleh informasi. Mereka memanfaatkan media ini dengan baik sebagai usaha dalam memahami Arti atau makna dalam lirik lagu *ddu du ddu du* tersebut.

B. Konfirmasi Temuan Dengan Teori

Penelitian dengan judul perilaku komunikasi penggemar *kpop* (studi fenomenologi tentang perilaku komunikasi penggemar *kpop* sebagai audien video musik *girlband Blackpink "ddu du ddu du"* di youtube), menghasilkan temuan-temuan dalam penelitian yang akan dipadukan dengan teori.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori budaya popular. Berdasarkan dari temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penggemar *kpop* merupakan bentuk praktik sosial yang muncul karena disebabkan oleh media yang mendorong penggemar *kpop* menyerap nilai-nilai budaya populer yang tidak bisa dikontrol. *Blackpink* beserta lagu-lagunya lahir dan berkembang melalui media massa sehingga dengan mudah menarik atensi masyarakat dan memposisikan lagu yang di nyanyikan oleh *Blackpink* menjadi suatu realitas sosial. Pemanfaatan media sosial dalam penyebaran budaya populer ini ditanggapi oleh penggemar secara berbeda-beda.

Musik *kpop* merupakan produk budaya populer yang memiliki peran besar dalam proses komunikasi penggemar *kpop*. Sasaran budaya populer dalam menargetkan keuntungan adalah dengan mempengaruhi pikiran penikmat sehingga menimbulkan perilaku baik verbal dan non verbal. Ketenaran lagu *ddu du ddu du* di Youtube dihasilkan dari kekuatan penggemar dan pihak berkuasa yang mendominasi di tengah-tengah perkembangan teknologi yang pesat ini.

Komunikasi verbal dan non verbal serta penggunaan media terjadi selama *ddu du ddu du* menjadi perbincangan di media sosial yaitu dari pertama pemberitaan hingga setelah video musiknya di posting di Youtube. Seperti hanya virus yang bisa menyebar dan menginveksi manusia, budaya populer juga memiliki cara kerja yang sama termasuk *kpop*.

Nilai-nilai dalam budaya *kpop* menimbulkan perubahan pada diri seorang penggemar. Penggemar yang sebelumnya tidak mengerti apa-apa mengenai budaya korea menjadi mengerti karena kekuatan media massa. Pengikut budaya *kpop* semakin hari semakin bertambah apalagi dengan adanya teknologi yang bisa diakses oleh siapa saja dan memunculkan rasa penasaran orang lain.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Saat fenomena ini semakin membesar dan semakin banyak diketahui orang maka semakin banyak besar pula daya tarik budaya tersebut. Kemudian yang terjadi adalah perubahan nilai, perspektif, makna, keyakinan, budaya dan sosial pada diri masing-masing pengikut. Ketika media sosial dipenuhi pemberitaan tentang *ddu du ddu du* dengan cepat penggemar *kpop* akan mengonsumsi berita tersebut.

Karena telah terjadi keselarasan nilai, keyakinan, dan tujuan antara kehidupan penggemar dan budaya *kpop* tersebut maka tidak sulit membentuk sikap pada diri penggemar. Seperti memicu adanya pembicaraan mengenai lagu tersebut yang tentu saja lebih banyak di lakukan di media maya yang merupakan tempat berkembangnya budaya populer itu sendiri, lalu memunculkan prediksi dan imajinasi dalam pikiran penggemar.

Hal ini memicu timbulnya rasa keingintahuan dalam benak mereka. Ketika video musik *ddu du ddu du* dirilis yang terjadi selanjutnya adalah membandingkan antara prediksi dan imajinsai sebelumnya dengan fakta yang mereka temukan dalam vvideo tersebut lalu mereka menilai. Kesesuaian atau ketidak sesuaian antara prediksi dengan fakta membuat terbentuknya perilaku. Perilaku yang disebutkan berupa perilaku verbal dan non verbal.

Pertama, perilaku yang hadir adalah penggemar mengomentari apa saja yang mereka lihat dalam video tersebut, terjadi pertukaran informasi dan pendapat atau terlibat pembeicaraan tentang video tersebut dengan orang lain yang berada di ingkungan dan pengalaman yang sama baik secara langsung atau melalui media sosial.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Karena budaya *kpop* yang disukai oleh, maka musik *kpop* mendominasi ruang penyimpanan untuk musik. Beberapa penggemar mengunduh MP3 dan MP4 dari lagu *ddu du ddu du* agar bisa diputar ulang dimanapun dan kapanpun tanpa harus menggunakan kuota internet. Namun beberapa penggemar lainnya berperilaku sebaliknya. Memutar MP3 atau MP4 menggunakan layanan internet lebih praktis dibandingkan mengunduhnya.

Perilaku yang kedua adalah berusaha untuk memehami lirik dari lagu tersebut. Karena bahasa yang digunakan adalah bahasa Korea, maka penggemar mencari tejemahan dalam bahasa Indonesia. Pencarian ini dilakukan dengan memanfaatkan internet yaitu melalui google atau mencari video terjemahan di Youtube. Beberapa penggemar yang bisa mengartikan bahasa Korea akan menerjemahkan lagu yang ingin diterjemah dan kemudian mempostingnya adalam bentuk video di Youtube.

Pemutaran musik secara berulang-ulang bisa berpengaruh pada ingatan dari pendengar yang mendengarkan. Kadang penggemar ikut bernyanyi dan menggerakkan tubuh ketika lagu diputar. Ini bisa terjadi secara sadar atau tidak. Bagian berbahasa Inggris lebih mudah dipahami maknanya dan dihafal dibandingkan dengan lirik yang berbahasa Korean. Lirik bahasa Inggris dalam lagu *ddu du ddu du* terdapat pada bagian reff bersamaan dengan gerakan koreografi yang mudah ditiru. Oleh karena itu, penggemar akan dengan mudah menyanyikan lirik lagu sambil menggerakkan badan.

Perilaku Komunikasi Penggemar dalam Perspektif Keislaman

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Keindahan berbicara tentang pengalaman seseorang dengan sesuatu yang dilihat, didengarkan, dan dirasakan dibawa masuk dalam jiwanya kemudian menimbukan gejolak dalam diri seseorang itu. Namun secara umum keindahan adalah pengelihatan terhadap benda yang menimbulkan rasa senang di hati seseorang. Jika dihubungkan dengan temuan pada penelitian ini, maka berbicara tentang rasa yang datang pada diri penggemar sebuah produk budaya populer.

Produk budaya populer yang dimaksud disini adalah karya yang berbentuk musik yang dinyanyikan oleh *girlband* yang berasal dari Korea selatan yang berjudul *ddu du ddu du* . Bagi seorang penggemar dari *Korean pop* atau yang disebut *kpop*, lagu ini adalah sebuah seni yang bagus untuk dinikmati. Pada dasarnya seni memiliki maksud yang luas tidak hanya mengarah pada karya berbentuk musik namun termasuk dalam banyak aspek.

Seni merupakan suatu keindahan yang wujudnya bermacam-macam. Musik adalah karya seni yang mudeh menggugah rasa dalam diri seseorang. Musik juga tidak mengarah pada sebuah budaya yang lahir dari satu ajaran agama namun bukan berarti musik tidak pernah berkaitan dengan aspek spiritual. Faktanya banyak sekali musik yang digunakan dan diciptakan diberlatar belakangi oleh problematika dalam agama termasuk agama Islam.

Lagu *ddu du ddu du* mungkin bukan karya yang lahir dari budaya agama Islam seperti shalawat atau gambus yang berisi peribadahan dan ketaatan pada Allah dan berisi nilai-nilai keislaman yang kuat. Tetapi musik atau nyanyian yang sesuai nilai dalam Islam tidak harus berbahasa Arab dan berasal dari timur tengah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Lagu atau syair dari bahasa Indonesia, atau dari negara lain juga bisa sejalan dengan nilai Islami tergantung dari makna dari syair tersebut dan penampilan dari orang yang melantunkan musiknya. Jika seseorang menyanyikan lagu berbahasa Arab namun makna dalam lagu tidak mencerminkan nilai islami dan justru mengarah pada kebencian maka lagu tersebut bukanlah lagu islami sekalipun orang yang menyanyikannya adalah seorang yang berpakaian tertutup, begitupun sebaliknya.

Fenomena budaya *kpop* telah menjadi budaya yang menjamur di seluruh dunia termasuk Indonesia. Di Indonesia mayoritas penduduknya adalah muslim sedangkan budaya *kpop* berasal dari Korea selatan yang mayoritas penduduknya bukanlah beragama Islam. Namun banyak sekali penggemar *kpop* yang berasal dari Imdonesia dan dari golongan muslim.

Banyak dari mereka yang menyukai budaya dari Korea ini dan menikmatinya. *Blackpink* yang merupakan *girlband* dari Korea yang memiliki banyak penggemar di Indonesia. Penggemar ini menikmati setiap lagu yang dinyanyikan oleh *Blackpink* termasuk *ddu du ddu du* . Temuan dalam penelitian ini menunjukkan para informan yang merupakan penggemar *kpop* menyukai dan sering memutar lagu tersebut walaupun dalam video musik lagu itu, para anggota *Blackpink* menggunakan pakaian terbuka.

Semua agama memiliki keindahan termasuk agama islam yang menuntun manusia berakhlak, berjiwa bersih, dan memfokuskan diri pada nikmat yang Allah berikan. Allah maha besar, pencipta langit dan bumi beserta isinya. Seperti yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

disebutkan dalam Qur'an surat Fatir ayat 27 tentang keindahan fenomena alam yang Allah ciptakan.

"Tidakkah kamu melihat bahwasanya Allah menurunkan hujan dari langit lalu kami hasilkan dengan hujan itu buah-buahan yang braneka ragam jenisnya. Dan diantara gunung-gunung itu ada garis putih dan merah yang beraneka ragam warnanya da nada pula yang hitam pekat."

Dari ayat tersebut sudah jelas hanya Allah yang bisa melakukannya, mengendalikan bumi yang dihuni manusia. Ini adalah karya seni Allah sebagai pencipta. Keindahan yang Allah ditunjukan untuk manusia agar mereka bisa melihat karya yang terhampar di muka bumi adalah ciptaannya tidak ada yang bisa menandingi keindahan karyanya, Dialah satu-satunya seniman terhebat sepanjang masa. Al-Quran adalah hasil karya Allah tentang keindahan bahasa, nada dan makna sehingga manyentuh hati manusia.

Dalam pandangan islam, seni adalah keindahan yang mengarahkan manusia pada nilai-nilai luhur yang tidak bertentangan dengan nilai yang berlaku dalam masyarakat dan yang tidak menantang syariat agama Islam. Mengagumi dan menikmati keindahan yang diciptakan manusia bukan berarti memuja atau menyembah apa yang dilihatnya. Penggemar *kpop* menyukai melodi dari lagu *ddu du ddu du* karena bisa membangun rasa semangat dalam diri penggemar sekalipun lirik yang digunakan kurang dipahami oleh penggemar.

Manusia merupakan makhluk yang diciptakan Allah dengan dianugerahi kepekaan rasa, indera, dan emosi. Manusia tercipta dengan dilengkapi oleh panca indera. Indera-indera ini berperan sebagai alat perasa setiap kali manusia

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memperoleh pengalaman. Rasa terhibur dan rasa puas bisa datang ketika seseorang menemukan sesuatu yang menyenangkan hati, perasaan ini bisa juga disebut sebagai sebuah keindahan termasuk yang dialami oleh penggemar *kpop*. Allah tidak melarang makhluknya untuk menikmati seni.

Seni mendorong manusia berbicara melalui hati dalam mengartikan suatu keindahan, kesenangan dan hiburan asal kan tidak menjerusmuskan manusia melakukan hal yang dibenci Allah. Penggemar *kpop* yang menyukai *Blackpink* dan lagu *ddu du ddu du* tidak lantas membuat mereka ikut berpakaian terbuka, mengenakan pakaian, meminum soju dan memakan daging babi seperti orang-orang Korea atau meniru budaya yang tidak sesuai dengan syariat Islam dan nilai yang ada dalam lingkungannya.

Tidak ada perilaku dari informan yang menentang syariat Islam. Tindakan dari penggemar *kpop* sebagai audien video musik *ddu du ddu du* tidak mendorong mereka bertindak diluar batas. Justru yang terjadi adalah sebaliknya yaitu memunculkan rasa senang dan semangat pada diri mereka yang mana itu adalah hal positif. Menikmati seni yang diciptakan manusia boleh saja asalkan tidak mudarat seperti mendengarkan lagu yang mencerminkan nilai moral dan membaca novel yang memberikan ilmu atau menonton film yang memberikan nilai positif pada penonton.

Bagaimanapun sikap penggemar pada budaya *kpop* bukanlah sebuah dosa. Selama penggemar *kpop* bersikap wajar dalam mengekspresikannya dan tidak keluar dari nilai-nilai yang telah ditetapkan dalam agama Islam dan tidak mengundang keburukan maka boleh-boleh saja dilakukan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Perilaku komunikasi penggemar *kpop* sebagai audien video musik *girlband Blackpink "ddu du ddu du"* melalui youtube di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya yaitu terdapat perilaku komunikasi verbal penggemar *kpop* berupa respon dengan memberikan komentar, ikut bernyanyi, dan berdiskusi dengan penggemar lainnya. Selain itu terdapat komunikasi non verbal menghasilkan beberapa temuan yang yaitu mengunduh MP3 dan MP4, menonton video musik secara langsung melalui Youtube, menggerakan badan ketika mendengar lagu *ddu du ddu du*, dan menunjukan ketertarikan pada penampilan *Blackpink* secara fisik yang berupa munculnya ekspresi pada wajah dan pemilihan selera berbusana.
2. Penggunaan media penggemar *kpop* yaitu berupa penggemar *kpop* terlibat dalam sebuah grup dengan penggemar *kpop* lainnya melalui media sosial serta pemanfaatan internet untuk mencari terjemahan bahasa Indonesia dari lirik lagu *ddu du ddu du* di media online dan media sosial.

B. Rekomendasi

Dari keterangan yang telah peneliti urai diatas, maka terdapat beberapa poin yang direkomendasikan untuk dijadikan contoh baik, sebagai berikut :

a. Mahasiswa tidak harus mengukuti dan meniru semua hal tentang idolanya tergantung dari cara membatasi sikap dengan menyesuaikan diri dengan nilai

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

agama, budaya dan sosial yang dianut di dalam lingkungan dimana mahasiswa tinggal.

b. Budaya populer dan media massa adalah unsur yang saling mengikat erat. Media sosial yang bersifat bebas dan tidak terbatas akan dengan mudah mempengaruhi sikap mahasiswa sebagai penggemar baik secara personal atau terhadap lingkungan perkuliahan.

c. Berperilaku merupakan cara mengekspresikan apa yang dirasakan setelah melihat dan mendengar suatu keindahan sebuah karya. Keindahan lahir dari kegembiraan dan kesenangan yang muncul setelah menyerap sesuatu yang dilihat dan dirasakannya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

SUMBER BUKU

Agus Sujanto. 2012. *Psikologi Umum.* Jakarta: Bumi Aksara

Amanda Belina Tetinsya. 2013. *Teori Psikologi Sosial*. Jurnal. Makasar: Fakultas Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Politik Universitas Hasanudin.

Anisa Nur Andina. 2013. Minat Terhadap Musik Korea Di Kalangan Remaja Di Yogyakarta (Studi Pada Penggemar K-Pop Di Daerah Sleman). Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.

Burhan Bungin. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitataif.* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Choirul Arif. 2014. *Dasar-Dasar Kajian Budaya Dan Media*. Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya.

Christopher. 2013. Sikap Masyarakat Surabaya Dalam Menonton Video Klip Psy-Gangnam Style Di Youtube. Skripsi. Surabaya : Universitas Kristen Petra Surabaya.

Deddy Mulyana & Solatun. 2008. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Deddy Mulyana. 2004. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosadakarya.

Jalaludin Rakhmat. 1996. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

John C. Mowen dan Michaell Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.

Joyce Marcella Laurens. 2005. *Arsitektur dan Perilaku Manusia*. Jakarta: PT Grasindo.

Marhaeni Fajar. 2009. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Mudjia Rahardjo. 2017. *Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif: Konsep Dan Prosedurnya*. Tesis. Malang : Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.

Sutrisno Hadi. 1986. *Metodologi Research*. Jurnal jilid 1,2. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.

SUMBER NON BUKU

https://en.m.wikipedia.org "*Blackpink*" diakses pada tanggal 15 Oktober 2018. Pukul 23.28 WIB

https://en.m.wikipedia.org *"ddu du ddu du"* diakses pada tanggal 15 Oktober 2018.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id