

ABSTRAK

Perkembangan globalisasi yang semakin pesat menuntut kita untuk terus mengikuti peradaban masa kini. Globalisasi membawa banyak hal baru yang dapat memenuhi segala kebutuhan manusia, Salah satunya kemajuan teknologi berupa *gadget* dapat membuat berbagai macam informasi mudah diakses oleh semua orang tak terbatas ruang dan waktu. ditambah lagi dengan munculnya berbagai sosial media yang memudahkan pemuda dalam hal penggunaannya. Dalam hal ini, peneliti melihat bahwa pemuda di Indonesia, khususnya di Yogyakarta banyak yang menggunakan media sosial instagram sebagai medium mencari informasi dan menyebarkan informasi tentang *Korean Pop (K-Pop)*. Hal yang menarik untuk diteliti adalah; pertama bagaimana K-Pop Idol yang tadinya tampil secara *offline* bisa menjadi *konten* online yang dikonsumsi oleh *K-Popers*. Kedua, peneliti ingin mencari tahu bagaimana dampak aktivitas *online* Instagram ke dalam kehidupan *offline* K-Popers.

Penelitian ini menggunakan teori Marshall McLuhan tentang Desa Global. Sebelumnya ia pernah mengatakan bahwa Desa Global adalah konsep mengenai perkembangan teknologi komunikasi di mana dunia dianalogikan menjadi sebuah desa yang sangat besar. Konsep ini berangkat dari pemikiran McLuhan di tahun 1960an bahwa suatu saat nanti informasi akan sangat terbuka dan dapat diakses oleh semua orang. Untuk mendapatkan dan menyusun data skripsi ini, peneliti memilih metode pendekatan kualitatif dengan sifat penelitian etnografi *online*. Secara garis besar metode ini melalui tahap-tahap yang hampir sama dengan metode penelitian etnografi, namun yang menjadi pembeda adalah penelitian ini mengumpulkan data melalui wawancara langsung dengan informan dan observasi *online* media sosial yang dimiliki oleh informan. Setelah itu peneliti mendokumentasikan hasil observasi online menggunakan fasilitas *screen capture* yang terdapat dalam telepon genggam penulis. Peneliti melakukan penelitian kepada delapan mahasiswa Universitas Gadjah Mada Yogyakarta, informan tersebut merupakan *K-Popers* dan pengguna aktif Instagram.



Hasil dari penelitian ini menunjukkan fakta bahwa pertama, segala informasi mengenai *K-Pop* yang terdapat di media sosial Instagram pada awalnya diunggah oleh pihak manajemen artis *K-Pop* di Korea Selatan. Setelah itu, banyak penggemar yang mengikuti berbagai aktivitas *K-Pop idol* favoritnya lalu di sebarkan di media sosial. Informan yang diteliti mengaku menikmati konten *K-Pop* yang terdapat di media sosial Instagram dan menyebarkannya. Hubungan antar *K-Popers* di media sosial Instagram ini adalah hubungan *give and take*, mereka menjadi pengguna yang menyebarkan dan menerima informasi mengenai *K-Pop* di media sosial Instagram. Dari semua informan yang diwawancarai, mereka mengaku mencari informasi tentang *K-Pop* melalui media sosial Instagram, namun hanya beberapa dari mereka yang aktif menyebarkan informasi tentang *K-Pop*. Kedua, dampak dari aktivitas online media sosial Instagram berkaitan dengan identitas diri, beberapa dari mereka terinspirasi untuk berdandan mirip idolanya, namun beberapa juga merasa malu mengakui dirinya sebagai *K-Popers*. Dampak lain yang dirasakan oleh *K-Popers* adalah mereka menjadi termotivasi untuk berprestasi dan berkarya. Dua informan yang diwawancarai seringkali memenangkan kompetisi *dance cover*, salah satu informan mengaku menjadikan *K-Pop* sebagai peluang bisnis, sedangkan sisanya mengaku ingin berusaha belajar terus menerus untuk bisa menerima beasiswa S2 di Korea Selatan.

Kata Kunci: K-Pop, Media Sosial dan Identitas Diri.

ABSTRACT

The rapid development of globalization requires us to continue to follow the current civilization. Globalization brings many new things that can meet all human needs, One of them is technological advances in the form of gadgets that can make various kinds of information easily accessible to everyone without space and time barrier. Coupled with the emerging of various social media that facilitate youth in terms of its use. In this case, researchers see that youth in Indonesia, especially in Yogyakarta many young people who use instagram social media as a medium to seek information and disseminate information about Korean Pop (K-Pop). The interesting thing to investigate is; First how K-Pop Idol that was appearing offline become online content consumed by K-Popers. Secondly, researchers wanted to find out how the impact of Instagram online activity into the offline life of K-Popers.

This research uses Marshall McLuhan's theory of Global Village. He had previously state that the Global Village is a concept of the development of communications technology in where the world is analogous to a very large village. This concept departs from the thought of McLuhan in the 1960s that someday information will be very open and accessible to everyone. To obtain and arrange the data of this thesis, the researcher chose the qualitative approach method with the nature of ethnographic research online. Broadly speaking this method through stages that are almost the same as ethnographic research methods, but the difference is that this study collects data through direct interviews with informants and online social media observations owned by informants. After that researchers documented the results of online observation using the screen capture facility contained in the author's mobile phone. Researcher conducted research to eight students of Univeristas Gajdah Mada Yogyakarta, those informants are K-Popers and active users of Instagram.

The result of this study indicate the fact that first, all the information about K-Pop contained in Instagram social media initially uploaded by the management of K-Pop artists in South Korea. After that, many fans who follow various activities of



their favorite K-Pop idols then spread through social media. The informant that have been researched on claimed to enjoy the K-Pop content contained in Instagram social media and spread it. The relationship between K-Popers in Instagram social media is a give and take relationship, they become users who disseminate and receive information about K-Pop in Instagram social media. From all the informants interviewed, they claimed to seek information about K-Pop through Instagram social media, but only a few of them actively disseminate information about K-Pop. Second, the impact of Instagram's online social media activity is related to self-identity, some of them inspired to dress up like their idols, but some also feel ashamed to admit themselves as K-Popers. Another impact felt by K-Popers is that they become motivated to excel and work. Two informants that been interviewed often won dance cover competition, one of the informants claimed to make K-Pop as a business opportunity, while the rest claimed wanting to learn continuously to be able to receive S2 scholarship in South Korea.

Keyword: K-Pop, Social Media and Self Identity