

## Kepeminatan dan Kemodenan dalam Pembentukan Identiti Komuniti *K-Popers* Pekanbaru

BADRUL REDZUAN ABU HASSAN  
*Universiti Kebangsaan Malaysia*

RAJA WIDYA NOVCHI  
*Universitas Muhammadiyah Riau, Indonesia*

### ABSTRAK

Fenomena K-Pop dilihat bertapak dengan mudah dan selesa di kebanyakan negara-bangsa di rantau Nusantara Melayu yang dibina serta dipengaruhi sebahagian besarnya oleh peradaban kebudayaan berasaskan Islam. Makalah ini mengkaji impak kepeminatan (fandom) K-Pop terhadap komuniti peminatnya menerusi sebuah kajian etnografi di Pekanbaru, Indonesia. Berdasarkan penerapan konsep Hubungan dan Interaksi Parasosial, makalah ini akan membincangkan implikasi kepeminatan sebagai suatu bentuk kemodenan (modernity) yang mengiringi pembentukan identiti Komuniti *K-Popers* Pekanbaru. Dapatan etnografi menunjukkan terdapatnya keintiman hubungan parasosial dalam bentuk dan orientasi yang mapan dan bersistematik di sebalik pandangan serong sebahagian anggota masyarakat terhadap mereka. Komuniti peminat ini juga didapati menunjukkan kebolehan dan kematangan untuk merundingkan asumsi dwi-identiti mereka, iaitu, sekaligus sebagai belia Pekanbaru dan pengagum K-Pop menerusi pengisian program komuniti mereka yang berkepimpinan dalam merencanakan program perekonomian, keusahawanan dan kerja amal berkebijakan. Ini menunjukkan bahawa interaksi dan hubungan parasosial yang menghasilkan fenomena kepeminatan K-Pop di Pekanbaru telah membentuk sebuah identiti komuniti peminat yang berwawasan dan mampu beradaptasi dengan impak globalisasi budaya secara positif. Implikasinya, pendekatan komuniti yang pragmatis ini dapat dilihat sebagai suatu bentuk kemodenan yang terhasil dari sikap, etos dan norma kemanusiaan dan kesusilaan yang telus, dan tidak dibayangi oleh niat yang berfalsafahkan kepentingan hedonisme semata-mata. Sebagai rumusan, pembentukan identiti komuniti peminat fenomena K-Pop di Nusantara Melayu harus melibatkan proses perundingan (negotiation) identiti keNusantara yang dapat memberikan keseimbangan melalui penggembelangan tradisi sosiobudaya tempatan. Inilah aspek kemodenan komuniti peminat yang pragmatis, cakna dan versatil yang akan terus menjadi salah satu cabaran yang sentiasa perlu dirundingkan oleh Komuniti *K-Popers* Pekanbaru.

**Kata kunci:** *Kepeminatan, komuniti K-Popers Pekanbaru, hubungan parasosial, kemodenan, keNusantara.*

## The Nexus of Fandom and Modernity in The Identity Construction of Komuniti *K-Popers* Pekanbaru

### ABSTRACT

It is apparent that the K-Pop phenomenon has found its niches rather comfortably in nation-states of the Malay Nusantara which is rooted in predominantly Islamic civilizational cultures. The paper focuses on the impact of K-Pop fandom of the fans through an ethnographic study in Pekanbaru, Indonesia. Based on Parasocial Relationship and Interaction concept, this paper

discussed the implication of fandom as a form of modernity which comes with the formation of new identity as Komuniti K-Popers Pekanbaru. The ethnographic findings show a sustained and systematic parasocial intimacy despite the negative criticisms from the society. It appears that parasocial interactions and relationships are responsible in fostering and shaping a K-Pop fandom community that organizes itself around its own vision and capability to adapt positively against the impact of cultural globalisation. By implications, an approach can be seen as a manifestation of modernity which is derived from the attitude, ethos and norms of modern-day humanity, for it is not simply a hedonistic quest per se. In actual fact, the community has also demonstrated its capacity and maturity to negotiate the dual identities as both Pekanbaru youths and K-Pop fans by engaging in economic, entrepreneurial and charitable social work which are reflexive and impactful. In conclusion, the construction of K-Pop fandom community in the Malay Nusantara involves the negotiation of Nusantara-ness, which means, seeking a sense of identity that is balanced and nuanced with local socioculturality. A challenge like the modernity of a fandom that is pragmatic, responsive and versatile is what Komuniti K-Popers Pekanbaru have yet to overcome.

**Keywords:** Fandom, komuniti K-Popers Pekanbaru, modernity, parasocial relationship, Nusantaranness.

#### PENGENALAN

Penerimaan sesuatu budaya popular yang memasuki ruwang publik ataupun peribadi dalam sesuatu masyarakat itu sebenarnya dapat dikaji kualiti dan apresiasinya menerusi sikap dan tingkah laku khalayak secara individu atau kolektif terhadap idola kesayangan mereka. Penerimaan dan konsumsi peminat terhadap budaya popular tertentu seharusnya dilihat bukanlah dari segi perangkaan sahaja. Ia juga perlu dikaji sebagai sebuah persembahan, demonstrasi atau representasi kepada sebuah identiti budaya. Hal ini kerana apa yang kami terjemahkan sebagai 'kepeminatan' (fandom) ialah sebenarnya suatu bentuk komunikasi kelompok atau kumpulan oleh sejumlah khalayak yang 'tertawan' dengan kandungan media industri muzik Korea Selatan yang dikenali di sarwajagat sebagai fenomena 'K-Pop'. Fenomena K-Pop adalah contoh suatu budaya popular yang merentasi sempadan nasional dan menyelinap ke setiap ceruk daerah dan lokaliti dan inilah yang menjadikan K-Pop sebuah fenomena lapangan atau etnografik yang dinamik.

Umumnya, makalah ini memfokuskan kepada makna, impak dan implikasi dari perkembangan kepeminatan K-Pop di Nusantara Melayu yang mantap dan mapan. Fenomena K-Pop dilihat bertapak dengan mudah dan selesa di kebanyakan negara-bangsa di rantau Nusantara Melayu yang dibina serta dipengaruhi sebahagian besarnya oleh peradaban, sejarah dan kebudayaan berasaskan Islam. Bagaimanakah ini terjadi dari perspektif '*performativity of fandom*' [penegasan kami] yang bertindih-lapis dengan persoalan impak kemodenan (modernity) yang berjalan seiringan di ranah lokal-nasional? Kedua-dua persoalan, iaitu kepeminatan dan kemodenan, merupakan dwipermasalahan empirikal dan saling mengikat kerana difusi gelombang K-Pop di Nusantara Melayu memberikan impak yang nyata kepada sebuah persoalan epistemologi yang utama iaitu, 'pembentukan identiti' komuniti peminat K-Pop di era globalisasi. Makalah ini akan menganalisis impak kepeminatan dan konsumsi fenomena K-Pop; serta membahaskan pembentukan identiti komuniti peminat K-Pop itu sebagai terimplikasi dengan kemodenan dan globalisasi budaya. Bagi tujuan ini, makalah ini

memilih untuk melakukan kajian etnografi ke atas Komuniti *K-Popers* Pekanbaru di Pekanbaru Indonesia.

#### KEPEMINATAN K-POP

Difusi fenomena industri muzik Korea dilihat telah berhasil membina jaringan komuniti peminatnya dari Timur hingga ke Barat. Kebanyakan negara-bangsa di rantau ini mengamalkan dasar ekonomi politik yang agak terbuka dan progresif terhadap media global. Liberalisasi di rantau ini menjadi pemangkin kepada pengembangan industri muzik K-Pop khususnya di Filipina, Thailand, Vietnam, Malaysia, Singapura dan Indonesia yang memiliki industri media kompetitif yang menggalakkan pertumbuhan pasaran atau khalayak K-Pop yang reseptif dan bersikap kosmopolitan. Kepeminatan K-Pop adalah senario luar biasa terhadap budaya popular yang berideologi dan berimpak global yang mampu menyatukan individu peminatnya yang berbagai latar belakang geografi, sosial dan budaya kepada suatu kumpulan atau komuniti peminat yang makro, generik, konseptual dan ideologis. Goodman (2007) menjelaskan bahawa hal ini muncul dan menjadi 'subur' apabila berlakunya pertemuan sesama peminat dalam lokaliti yang sama, berinteraksi dan menjalin hubungan antara satu dengan yang lainnya, serta berkongsi dan melakukan pelbagai aktiviti demi kepentingan bersama seperti menjaga perhubungan sosial dan berkongsi kemahuan bagi kelangsungan dan kebajikan kawasan kediaman dan ahli-ahli kumpulan. Walaupun sebilangan dari mereka mungkin hanya mampu berinteraksi secara simbolik kerana mereka tidak pernah bertemu atau bertegur-sapa, namun pengaruh sesuatu budaya popular seperti K-Pop berupaya mewujudkan komuniti peminat (Storey 2005). Komuniti peminat yang fanatik atau taksib terhadap suatu fenomena budaya popular menunjukkan berlaku atau terbinanya suatu bentuk 'rejimentasi' yang menghasilkan suatu konformiti atau keseragaman dalam kalangan tingkah laku peminat. Konformiti kepeminatan melibatkan pemakaian etika dan standard yang dititikberatkan oleh kepimpinan sebagai dasar dan etos komuniti peminat itu. Dalam konteks solidariti kepeminatan K-Pop, ia dimanifestasikan melalui interaksi simbolik yang diregulasikan bagi tujuan pembentukan identiti komuniti dan bagaimana ia ingin dikenali.

Kajian pemerhati fenomena kepeminatan K-Pop di Indonesia, Sun Jung (2011) mendedahkan bagaimana komuniti peminat K-Pop terbina dengan mudah menerusi partisipasi media digital apabila mereka mengakses produk berkaitan K-Pop di Internet menerusi aplikasi media sosial seperti *Facebook* dan *Twitter*. Fenomena kepeminatan di Indonesia mula berimpak sejak drama Korea yang diimport mula memaparkan beberapa vokalis atau anggota kumpulan muzik K-Pop sebagai pemegang watak-watak utama K-Drama. Gandingan penembusan digitalisasi dan strategi pemasaran industri K-Pop ini sangat berimpak. Menurut Jung lagi, kitaran dan ciapan berita K-Pop di media digital Indonesia telah dikenal pasti sebagai antara faktor yang melonjakkan kumpulan penyanyi lelaki (boyband) *Super Junior* kepada kedudukan teratas bagi kategori berita paling *trending* di *Twitter* pada bulan Oktober 2010. Tingkah laku peminat K-Pop di beberapa daerah di Indonesia ini menegaskan bahawa media sosial memainkan peranannya dalam meningkatkan ketegaran kepeminatan dalam talian (*online fandom*). Faktor peningkatan bilangan komuniti kepeminatan K-Pop yang mantap dan lebih sistematik dilihat memberikan keyakinan umpamanya, kepada penyanyi *Rain* selaku watak utama drama *Full House* yang begitu popular untuk mengadakan konsert 'Rainy Day', iaitu konsert K-Pop yang pertama di Indonesia pada 2005.

## HUBUNGAN DAN INTERAKSI PARASOSIAL

Secara konsepnya, kajian mengenai pembentukan identiti dapat difahami sebagai suatu hubungan intim antara peminat tegar *hallyu* dengan konsumsi produk dan selebriti atau idola yang berkaitan secara langsung dengan fenomena itu. Maka identiti K-Pop yang sedang terbentuk itu berlaku menerusi suatu pola interaksi yang mapan antara pemuja dan subjek atau objek yang dipuja, yang berlaku berulang-ulang tanpa sekatan yang ketara untuk tempoh masa yang tertentu. Interaksi parasosial bagaimanapun menegaskan bahawa hubungan ini merupakan suatu hubungan yang bersifat 'sebelah pihak' atau lebih merupakan suatu 'hubungan sehalu' berbanding 'timbang-balik' atau *reciprocal*. Ia menemukan pencerahan kepada globalisasi budaya yang terangkum dalam ikatan afektif seperti *hallyu*. Menurut Bond (2018), hubungan parasosial merupakan sebuah hubungan yang ditakrifkan sebagai 'ikatan sosial' yang unik dan istimewa antara khalayak dan 'personaliti media idaman'. Horton dan Wohl (1956) menegaskan bahawa ikatan afektif ini sebenarnya tidak lebih sebagai ilusi yang berimpak dari konsumsi afektif terhadap mesej, media dan pelakunya. Menurut mereka lagi, simulakra interaksi parasosial yang ideal dan sempurna adalah hubungan menang-menang:

*The more the performer seems to adjust his performance to supposed response of the audience, the more audience tends to make the response anticipated. This simulacrum of conversational give and take may be called para-social interaction (Horton & Wohl, 1956, hlm. 216).*

Bagaimanapun, Hu (2016) menolak hipotesis 'menang-menang' ini kerana berdasarkan penelitian beliau, tahap interaksi parasosial akan menjadi hubungan parasosial sekiranya terdapat pengaruh yang positif kepada peminat, dan sebaliknya. Interaksi parasosial memiliki tiga dimensi, iaitu pemikiran, perasaan dan tingkah laku. Dimensi pemikiran dapat mempengaruhi seseorang khalayak atau peminat tegar untuk memberikan perhatian yang serius kepada sesuatu program media semasa dan selepas itu. Dimensi perasaan pula menyebabkan seseorang penonton berusaha untuk mengidentifikasi diri mereka dengan watak-watak yang sering difantaskan, didambakan dan dihormati. Dimensi tingkah laku akan menjadikan penonton bercerita, meniru dan menghidupkan semula hubungan, keakraban dan pengetahuan yang mendalam mengenai tokoh yang menjadi idola dalam kehidupan mereka yang sedang bertukar identitinya selari dengan arah proses parasosial yang sedang berjalan. Pembentukan identiti budaya sememangnya berkait rapat dengan pengaruh yang dimunculkan menerusi media seperti televisyen (Lily el Ferawati Rofil et al., 2015). Kepeminatan yang intensif dan emosional menimbulkan persepsi bahawa komuniti peminat menjadi pasif sehingga menerima impak fenomena media dan budaya seperti K-Pop. Mereka terdorong untuk bersaing menjadikan diri mereka sendiri sebagai tempat untuk menunjukkan kesetiaan mereka khususnya di media sosial.

Menurut Dai dan Walther (2018) interaksi parasosial yang melibatkan para idola atau figura awam dan pengguna dari pelbagai latar belakang di media sosial menunjukkan suatu kesan emosi yang positif bukan sahaja kepada emosi individu terbabit, tetapi juga kepada khalayak pemerhati yang mengikuti interaksi tersebut. Mereka merumuskan bahawa impak keintiman parasosial terhadap idola media atau figura awam yang ketara akan dialami oleh para pemerhati terutama sekiranya sikap, budi bahasa dan ketuntasan maklumbalas yang digunakan semasa berinteraksi dalam talian adalah konsisten. Namun seperti yang ditegaskan oleh Yates (2015) yang mengkaji pengaruh Internet ke atas hubungan parasosial

antara komuniti peminat dan penyanyi pop rock terkenal Amerika iaitu Bruce Springsteen, media digital sebaliknya membina keintiman untuk tujuan sosial seperti membina persahabatan yang mapan dalam kalangan peminat Springsteen di dalam dan luar Amerika Syarikat sebagai sebuah solidariti global. Faktor digitalisasi kehidupan manusia cukup penting kepada penelitian ke atas interaksi atau hubungan parasosial seperti yang dilaporkan oleh Vinney (2018) dalam sorotan literaturnya. Menurut Vinney, komuniti peminat kumpulan *New Kids On The Block* (NKOTB) didapati masih mengekalkan hubungan parasosial mereka dengan *boyband* itu yang telah berpisah lebih dari 15 tahun. Hal ini dikaitkan dengan peranan teknologi digital yang menjadi medium selain televisyen, filem dan radio untuk membina, memelihara dan melestarikan hubungan parasosial. Komuniti peminat NKOTB juga dilihat berkeyakinan untuk meluahkan perasaan dan berkongsi maklumat kerana komunikasi dalam talian lebih berjaya membina keintiman dengan figura idola mereka. Maka, tegas Vinney lagi, platform media sosial seperti *Facebook* dan *Twitter* akan dapat meningkatkan interaksi dan hubungan parasosial yang lebih komunikatif dan kreatif seperti yang ditemukan oleh Rihl dan Wegener (2018) iaitu fenomena parasosial yang terbina di *YouTube* menerusi saluran maklumbalas (*feedback channel*), selain melonjakkan angka penontonan dan pelanggan terhadap video para selebriti itu.

#### ETNOGRAFI KOMUNITI *K-POPERS* PEKANBARU

Komuniti *K-Popers* Pekanbaru yang ditubuhkan pada 2012 dengan jumlah ahli semasa seramai 253 orang telah dipilih kerana ia adalah satu-satunya komuniti peminat K-Pop di Pekanbaru yang masih aktif melaksanakan pelbagai program dan aktiviti. Kami menggunakan gabungan kaedah pemerhatian, perbincangan kumpulan fokus dan temu bual mendalam sebagai metodologi etnografi di Pekanbaru yang bertujuan untuk menemukan data primer mengenai tingkah laku kepeminatan bersama komuniti peminat K-Pop. Melalui teknik persampelan *snowball*, sebanyak 3 ahli kumpulan *dance cover* dipilih sebagai informan perbincangan kumpulan fokus. Mereka terdiri dari kalangan lelaki dan perempuan yang berumur 16 tahun ke atas dengan tempoh keahlian sekurang-kurangnya selama 6 bulan, mempunyai pengetahuan mengenai budaya popular K-Pop dan Korea serta mahu bekerjasama dan mematuhi peraturan kajian yang ditetapkan. Temu bual mendalam pula melibatkan ketua Komuniti *K-Popers* Pekanbaru beserta seorang pakar budaya yang berpengalaman luas dalam pengurusan dan pemeliharaan warisan budaya Pekanbaru. Soal-selidik dikonstruksi untuk mendapatkan data primer berdasarkan 2 konstruk utama, iaitu, (impak dan praktis) kepeminatan – melalui temu bual informan kumpulan fokus; dan kemodenan (identiti dan implikasinya) – melalui temu bual mendalam informan pakar. Bagi keperluan makalah ini, dapatan etnografi yang diperolehi menerusi perbincangan kumpulan fokus dan temu bual mendalam diuraikan secara tematik dan selektif.

#### DAPATAN ETNOGRAFI

##### 1. *Visi, Misi dan Dasar*

Dalam menyebarkan kewujudan mengenai adanya komuniti peminat muzik Korea ini, Komuniti *K-Popers* Pekanbaru sentiasa menyiarkan aktiviti mereka melalui pelbagai media sosial. Melalui Internet dan media sosial, para *K-Popers* saling bertukar maklumat mengenai pelakon idola mereka menerusi *Youtube*, *Instagram*, *Twitter* dan *Facebook*. Bukan itu sahaja, mereka juga pernah menyiarkan aktiviti dalam akhbar tempatan dan media atas talian agar komuniti mereka lebih dikenali oleh masyarakat Pekanbaru khususnya golongan

anak muda. Di bawah ini merupakan data yang didapati dari temu bual mendalam dengan ketua Komuniti *K-Popers Pekanbaru*.

*...dalam komunitas, kita ada media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram dan YouTube yang fungsinya untuk memperkenalkan dan memperluas komunitas ini di Indonesia selain Pekanbaru. Selain itu udah pernah beberapa kali K-Popers Pekanbaru sendiri masuk Koran... (Informan 1).*

Daripada data yang diperolehi, dapat dilihat dengan jelas bagaimana Komuniti *K-Popers Pekanbaru* beroperasi menjalankan aktiviti mereka. Untuk menyebarkan maklumat dan kewujudan komuniti mereka, kumpulan Komuniti *K-Popers* juga berharap dengan menggunakan media sosial ini membolehkan mereka lebih dikenali lagi oleh beberapa komuniti peminat Korea di bandar-bandar besar yang ada di Indonesia. Antara media yang mereka gunakan adalah media sosial seperti *Facebook, Twitter, Instagram* dan *YouTube*. Selain memanfaatkan media sosial, publisiti aktiviti *K-Popers Pekanbaru* juga mewar-warkan aktiviti mereka melalui akhbar dan media dalam talian. Antara akhbar tempatan yang mereka gunakan adalah *Tribun Pekanbaru* dan media dalam talian seperti *detik.com* dan *sarpos Pekanbaru*.

Setiap organisasi mahupun komuniti mempunyai visi dan misi untuk mencapai tujuan atau azam yang dicita-citakan. Begitu juga dengan Komuniti *K-Popers Pekanbaru*, bagi mereka misi ialah suatu perkara atau apa-apa sahaja yang harus dilakukan oleh Komuniti *K-Popers Pekanbaru*. Di bawah ini merupakan petikan temu bual yang dilakukan dengan salah seorang pengasas Komuniti *K-Popers Pekanbaru* iaitu Icha mengenai visi dan misi penubuhan Komuniti *K-Popers Pekanbaru*.

*...visi dan misinya adalah ingin menggabungkan, membuat satu komunitas yang mempunyai kesamaan dalam kesukaan di bidang budaya Korea. Selain itu, untuk mewadahi mereka lebih berimajinasi dan berkeaktivitas dalam komunitas ini, menghindari dari hal-hal negatif... (Informan 1).*

Daripada kenyataan ketua Komuniti *K-Popers Pekanbaru*, komuniti ini memiliki tujuan yang baik untuk golongan muda bandar Pekanbaru. Tujuan dari penubuhan Komuniti *K-Popers Pekanbaru* adalah untuk mengumpul dan mewujudkan sebuah komuniti sosial bagi anak muda Pekanbaru. Komuniti ini ditubuhkan bagi mereka yang mempunyai minat yang sama terhadap budaya Korea. Selain itu, Komuniti *K-Popers Pekanbaru* juga bermanfaat untuk menyalurkan minat dan bakat ahli kumpulan agar lebih mampu berimajinasi dan berkeaktiviti. Bukan sekadar itu sahaja, komuniti *K-Popers* ditubuhkan atas sebab ramai anak muda bandar Pekanbaru yang berminat dengan fenomena *hallyu* dan kewujudan komuniti ini dapat mengelakkan daripada berlakunya hal-hal negatif seperti penggunaan dadah, kelab malam, dan lain-lain.

Peraturan merupakan bahagian terpenting yang harus ada dalam setiap aktiviti yang akan dijalankan oleh komuniti bagi tujuan membentuk identiti baharu. Pimpinan komuniti telah mencipta beberapa peraturan untuk mengatur dan juga memberikan had-had batasan kepada para ahli mereka. Pematuhan peraturan menjadi salah satu kunci kejayaan daripada sesebuah komuniti, kerana setiap komuniti yang mempunyai peraturan yang jelas akan mengetahui hala tuju daripada setiap aktiviti yang akan diikuti. Peraturan atau regulasi

sangat penting untuk kemampunan aktiviti-aktiviti yang akan dilakukan oleh Komuniti K-Popers Pekanbaru. Dapatan kajian mengenai peraturan dalam Komuniti *K-Popers* Pekanbaru menunjukkan bahawa komuniti ini tidak hanya menerapkan peraturan yang ketat untuk para ahli kumpulannya, tetapi komuniti ini sangat memberi perhatian terhadap pelbagai aktiviti yang akan dilakukan. Salah seorang pengasas komuniti menjelaskan rasional peraturan dan regulasi yang dipersetujui:

*...kalo untuk anak-anak di bawah umur itu khusus untuk dance cover harus ada izin dari orang tua. Untuk dance cover sendiri, dibawah SMP kita butuh persetujuan orang tua mereka karena harus latihan. Kan gak mungkin nanti mereka pulang sore tidak ada izin orang tua. Kalau orang tua mereka tidak mengizinkan, kita juga tidak mengizinkan mereka untuk bergabung... (Informan 2).*

Daripada kenyataan Informan 2 tersebut, beliau turut mengatakan bahawa penyertaan dalam komuniti harus mendapat izin daripada ibu bapa. Ibu bapa sebagai orang yang harus mengetahui tentang apa sahaja yang dilakukan oleh anak-anaknya termasuklah sebagai ahli Komuniti *K-Popers* Pekanbaru. Beliau menyatakan, tanpa adanya izin daripada ibubapa, maka sebagai pengasas komuniti, apabila ada individu yang mahu menyertai dengan komuniti secara automatik tidak boleh ikut serta. Jadi secara tidak langsung, kaedah-kaedah pertama yang harus diikuti oleh ahli kumpulan iaitu memperoleh kebenaran daripada ibu bapa.

## 2. *Konsumsi Hallyu*

### i. *Kosmetik, Aksesori dan Busana*

Untuk memaparkan identiti seperti budaya dan kehidupan Korea, para ahli kumpulan Komuniti *K-Popers* Pekanbaru ini menggayakan fesyen dan pakaian harian mereka seperti Korea. Fesyen Korea yang biasa mereka gunakan dalam kehidupan seharian seperti kasut, baju, t-shirt, jaket, alat solek dan pewarnaan rambut. Walau dengan harga yang cukup mahal, mereka tetap berusaha untuk mengasingkan sebahagian daripada wang untuk disimpan, sehingga mereka boleh membeli apa yang mereka inginkan. Sekiranya mereka tidak mengenakan busana dan aksesori fesyen Korea, mereka berasa seolah-olah mereka bukanlah peminat K-Pop sejati. Penampilan adalah segalanya bagi mereka dan itu salah satu cara menunjukkan identiti mereka. Daripada cara mereka berpakaian, orang ramai sudah tahu bahawa mereka ialah anak muda yang menyukai K-Pop. Bukan itu sahaja, ramai daripada ahli kumpulan *K-Popers* menjadikan gaya berpakaian Korea sebagai asas fesyen harian mereka. Selain daripada itu, mereka menganggap bahawa fesyen Korea sangat bagus, *simple*, mewah, dan menarik daripada gaya berpakaian *harajuku* dari Jepun.

Dengan menggayakan fesyen Korea, secara tidak langsung mereka menunjukkan identiti mereka kepada orang ramai. Bagi *K-Popers* perempuan pula, mereka berusaha mengikuti fesyen Korea terutama dari segi berpakaian dan solekan. Dari segi aspek mewarnakan rambut, kebiasaannya mereka akan mewarnakan rambut hanya pada cuti sekolah dan ketika pertandingan *dance cover* sahaja. Tujuan mewarnakan rambut ini adalah salah satu bentuk totaliti dalam penampilan agar *group dance* mereka sama seperti *boyband* dan *girlband* yang mereka minati ketika membuat persembahan. Ketika hari biasa,

tidak semua *K-Popers* yang mahu mewarnakan rambut walaupun ada keinginan. Niat mereka terpaksa diketepikan terutama *K-Popers* lelaki disebabkan mereka masih lagi bersekolah menengah. Peraturan di sekolah tidak membenarkan mereka mewarnakan rambut, apabila tidak diikuti, mereka akan mendapat hukuman daripada pihak sekolah.

*...kalo masalah fashion Korea, kita kan muslim, dibuat semirip mungkin, tapi lebih sopan lah istilahnya. Gak mesti harus seseksi mereka, kalo perut kita buat gak nampak perut. Sopan ditengok orang, terus mirip sama dia gitu. Mirip aja ya, bukan dari semua halnya. Untuk masalah rambut tergantung pribadinya. Kalo iya memang mewarnai rambut ya silahkan. Tapi setidaknya kan lebih ke kostum, lebih dimiripkan menurut kami (Informan B3, kumpulan 2).*

ii. *Menonton Konsert, Realiti TV dan K-Drama*

Terdapat ahli Komuniti *K-Popers* Pekanbaru yang pernah menghadiri persembahan konsert *boyband* Korea, rancangan realiti Korea termasuk drama Korea (K-Drama). Mereka sanggup membelanjakan sejumlah wang hanya untuk melihat idola mereka. Mereka bukan hanya sekadar melihat persembahan sahaja, *K-Popers* ini juga turut serta membawa semua barangan dan aksesori yang berkaitan dengan idolanya iaitu kumpulan *Super Junior*. Walaupun jarak bandar Pekanbaru dengan ibukota Jakarta cukup jauh, ia bukanlah satu halangan kepada peminat tegar K-Pop untuk mengeluarkan perbelanjaan untuk menonton persembahan *Super Junior* atau rakaman siri realiti popular *Running Man* di Jakarta. Komuniti *K-Popers* Pekanbaru terutamanya perempuan begitu menyukai drama bersiri Korea (K-Drama) bergenre romantis dan dianggap mempunyai persamaan dengan kehidupan seharian mereka. Keperluan menonton drama bersiri Korea sudah menjadi seperti suatu rutin aktiviti wajib bagi ahli *K-Popers* ini. Mereka boleh menghabiskan masa satu hari suntuk di dalam bilik apatah lagi apabila sudah cuti sekolah. Bukan itu sahaja, tujuan daripada menonton siri drama Korea ini adalah sebagai hiburan dan juga untuk menghilangkan rasa penat disebabkan oleh aktiviti sekolah dan pekerjaan.

iii. *Berbahasa Korea*

Peminat yang menyertai Komuniti *K-Popers* Pekanbaru secara tidak langsung akan menjadikan bahasa Korea sebagai identiti diri mereka. Ramai daripada *K-Popers* yang belajar bahasa Korea secara sendiri mahupun mengikuti kursus bahasa Korea yang ada di bandar Pekanbaru. *K-Popers* yang belajar secara sendiri biasanya mereka membeli kamus-kamus bahasa Korea, mempelajari dari *YouTube* bahkan ada yang belajar dari drama bersiri Korea. Bahasa Korea digunakan ketika mereka sedang berkumpul dan berinteraksi sesama ahli dalam kumpulan *K-Popers*. Apabila mereka bertemu dengan yang lebih tua, mereka menggunakan sapaan '*eonni*' untuk perempuan dan '*oppa*' untuk lelaki, lebih-lebih lagi ketika berjumpa mereka mengucapkan '*anyeonghaseo*' atau 'apa khabar', serta ucapan '*gumawo*' atau '*kamsahamnida*' yang bererti 'terima kasih' dalam bahasa Melayu.

Tujuan menggunakan bahasa Korea ketika berinteraksi dengan sesama *K-Popers* adalah untuk lebih rapat dan belajar untuk menyebut bahasa Korea sehingga lama-kelamaan akan menjadi fasih apabila sudah terbiasa. Dari bahasa Korea juga mereka dapat ilmu baharu yang sebelum ini tidak pernah dipelajari di sekolah. Kebanyakan ahli dalam kumpulan komuniti K-Pop Pekanbaru tidak mengikuti kursus secara khusus untuk memahami bahasa Korea. Daripada temu bual yang dilakukan, ahli dalam kumpulan komuniti mengatakan bahawa proses belajar dan memahami bahasa Korea hanyalah



melalui Internet dan buku-buku berbahasa Korea. Jadi, dengan demikian proses untuk mempelajari bahasa Korea hanya dengan belajar sendiri.

### 3. *Program Sosial*

#### i. *Perkumpulan*

Berkumpul bersama atau lebih dikenali sebagai '*gathering*' adalah salah satu bentuk silaturahmi yang dilakukan oleh semua ahli *K-Popers* Pekanbaru. Dalam setiap '*gathering*' diadakan pelbagai aktiviti seperti pertandingan *dance cover*, *sing cover*, *fashion show*, berkelah dan ada juga kegiatan-kegiatan sosial yang lain. Selepas penat beraktiviti, para ahli Komuniti *K-Popers* Pekanbaru juga mengadakan program-program yang lain. Kebiasaannya, kegiatan ini wajib dilakukan untuk menghiburkan ahli komuniti dan saling kenal-mengenal keperibadian setiap individu dalam komuniti ini. Komuniti *K-Popers* Pekanbaru mempunyai program tersendiri bagi setiap ahli kumpulan. Salah satu programnya ialah berkelah bersama-sama ahli Komuniti *K-Popers* Pekanbaru. Tujuannya adalah agar setiap ahli kumpulan mengenal lebih dekat sifat setiap ahli Komuniti *K-Popers* Pekanbaru yang lain. Selain itu, setiap ahli boleh belajar untuk sama-sama berusaha ketika menyertai pertandingan yang diadakan dalam komuniti ini.

#### ii. *Pertandingan*

Ahli-ahli Komuniti *K-Popers* Pekanbaru bukan hanya gembira menyertai komuniti ini, tetapi para ahli dalam kumpulan juga berasa gembira kerana boleh menjadi salah satu pemenang dalam pelbagai pertandingan yang dilakukan oleh Komuniti *K-Popers* Pekanbaru. Pertandingan yang dimenangi menjadi salah satu bentuk rasa bahagia lain yang diperolehi. Dengan terpilihnya sebagai pemenang, para ahli kumpulan berasa puashati kerana perjuangan dalam menjalani latihan tidak sia-sia. Para ahli menyatakan bahawa mendapatkan kemenangan menjadi salah satu faktor yang membuatnya berasa gembira. Mereka bersyukur dengan apa yang diperolehinya hasil daripada menjadi salah satu ahli kumpulan Komuniti *K-Popers* Pekanbaru. Aktiviti Komuniti *K-Popers* Pekanbaru ini bukan hanya sekadar berkumpul dan mengadakan latihan sahaja, tetapi para ahli komuniti ini juga mengikuti pelbagai pertandingan yang dianjurkan oleh pelbagai pihak.

### ANALISIS DAN PERBINCANGAN

Impak kepeminatan fenomena K-Pop jelas ditemukan dalam konteks Komuniti *K-Popers* Pekanbaru dan membawa implikasi sosiobudaya yang penting terutamanya ke atas identiti mereka. Tingkah laku peminat 'berkebudayaan baharu' ini akan berinteraksi dengan lingkungan sosiobudaya masyarakat setempat Pekanbaru yang akan turut terdorong untuk memberikan reaksi balas setelah merasai dampak sarwajagat *hallyu*. Dapatan etnografi di atas dianalisis dan dibincangkan berpandukan konsep hubungan dan interaksi parasosial Horton dan Wohl. Hasil perbincangan kumpulan fokus yang diperolehi daripada ahli-ahli kumpulan Komuniti *K-Popers* Pekanbaru menunjukkan terdapat 3 faktor yang berimpak secara keseluruhannya terhadap proses pembentukan identiti komuniti ini untuk dibincangkan selanjutnya, iaitu impak pembentukan identiti budaya, keusahawanan dan kerja sosial.

## 1. *Impak Hubungan Parasosial*

### (a) *Pembentukan Identiti Budaya*

Implikasi yang dihadirkan melalui pembentukan identiti dan konsumsi parasosial ahli Komuniti *K-Popers* Pekanbaru ini penting untuk dibahasakan selanjutnya. Populariti budaya Korea di dunia secara keseluruhan dan di Pekanbaru secara khususnya telah membawa perubahan yang cukup signifikan. Budaya Korea yang masuk dan mula berkembang menjadi salah satu perkara baharu dan membawa kebiasaan yang baharu dalam masyarakat. Budaya Korea yang mempunyai konsep tersendiri pada masa sekarang dan juga gaya berpenampilan yang menarik menjadi salah satu faktor budaya Korea ini diterima dengan mudah oleh masyarakat tempatan, terutamanya belia Pekanbaru. Fenomena gelombang Korea *hallyu* telah memberikan pelbagai kesan terhadap suatu masyarakat. Kebudayaan yang dibawa oleh para bintang Korea ini menjadikan budaya Korea sebagai salah satu budaya yang amat diminati dan mudah diterima dalam masyarakat. Konsep perubahan yang dibawa oleh para bintang Korea dapat dilihat terhadap penggunaan pelbagai alat kecantikan, gaya berpakaian, tutur sapa dalam berkomunikasi dan juga penggunaan bahasa yang menarik dan perkara ini menjadi salah satu sokongan bintang Korea untuk meningkatkan popularitinya. Hal ini terbukti dengan wujudnya pelbagai kumpulan dalam komuniti peminat Korea. Hampir semua perkara yang menarik daripada budaya Korea acap kali dijadikan sebagai rujukan untuk diamalkan dalam kehidupan seharian.

### (b) *Kepeminatan Digital*

Kepeminatan digital merujuk kepada penggunaan media sosial dalam komuniti ini bukan hanya untuk memudahkan perkongsian maklumat dengan orang luar, malah ia juga dijadikan sebagai alat untuk berkomunikasi dengan pihak luar yang ingin menyertai kumpulan Komuniti *K-Popers* Pekanbaru sekiranya mereka berminat. Media sosial digunakan kerana media ini dilihat sebagai medium yang lebih efektif dan orang akan lebih cepat tahu dengan adanya kewujudan mereka. Indonesia merupakan pasaran media sosial terbesar di Asia Tenggara dengan 79 milion pengguna yang aktif (Idris, 2018). Secara keseluruhan daripada dapatan kajian yang berkaitan dengan penggunaan media sosial, keperluan Komuniti *K-Popers* Pekanbaru terhadap penggunaan media sosial ini sangatlah besar. Komuniti *K-Popers* Pekanbaru akan lebih mudah untuk menjangkau khalayak ramai dengan adanya media sosial ini. Media sosial dijadikan sebagai alat penghantar mesej dan juga alat untuk saling berkomunikasi. Antara platform media sosial yang wujud pada masa kini, Komuniti *K-Popers* Pekanbaru secara keseluruhan hanya memanfaatkan beberapa sahaja daripada media sosial yang ada. Pemilihan penggunaan media sosial ini adalah berdasarkan media sosial yang popular di kawasan Pekanbaru mahupun negara. Media sosial yang popular yang digunakan oleh kumpulan Komuniti *K-Popers* Pekanbaru antaranya seperti *Blackberry Messenger*, *Facebook*, *Instagram*, *YouTube* dan *Twitter*.

Penyiaran aktiviti yang dilakukan oleh kumpulan Komuniti *K-Popers* Pekanbaru di dalam media cetak mahupun media atas talian tempatan yang pernah dilakukan kumpulan oleh komuniti ini ada yang mendapat penghargaan sehingga dimuat naik di dalam akhbar tempatan. Dengan adanya penyiaran aktiviti yang pernah dilakukan di media cetak dan juga media dalam talian ini, ia akan memberikan impak terhadap kumpulan ini yang semakin dikenali. Hal ini sekaligus akan menarik minat orang lain untuk menyertai komuniti ini dan akan menarik minat orang luar untuk menjemput kumpulan komuniti ini dalam mengisi pelbagai majlis untuk membuat persembahan.

(c) *Penjanaan Ekonomi dan Keusahawanan*

Bukan hanya itu sahaja, dengan menyertai kumpulan Komuniti *K-Popers* Pekanbaru, para ahli dalam kumpulan boleh menjadikan minatnya untuk menjana pendapatan. Kecintaan terhadap barangan Korea boleh dijadikan sebagai medium untuk berniaga. Dengan berniaga barangan Korea ini, maka mereka akan dapat menambah pendapatan secara peribadi. Dengan menyertai komuniti K-Pop juga boleh menghindarkan para ahli daripada pelbagai perbuatan suam-suam dan kehidupan bebas, kerana waktu lapang yang ada boleh digunakan untuk mengikuti pelbagai aktiviti yang dibuat oleh komuniti ini. Aktiviti yang ada ini tentunya akan mendapat sokongan daripada ibu bapa. Ibu bapa juga tidak perlu berasa kluatir terhadap apa yang dilakukan oleh anaknya semasa anaknya mengikuti pelbagai aktiviti di luar bersama komuniti ini. Selain itu, ahli-ahli dalam kumpulan komuniti ini juga akan turut serta dalam menjaga dan mengawasi pelbagai perkara yang dilakukan sesama ahli dalam komuniti.

*Yang penting adalah dunia pendidikan, jadi di dunia pendidikan harus ada strategi untuk menguatkan budaya sendiri, begitu. Kemudian perlu strategi dari pemerintah untuk memperkuat jati diri. Apa istilahnya, identitas budaya Indonesia itu, dan lagi-lagi Indonesia ketika akan memperkuat identitasnya itu harus memperkuat apa yang bidang ekonomi, karena budaya pop itu berbicara tentang kekuatan ekonomi. Jadi kalau kegiatan ekonomi tidak kuat, susah juga, karena budaya populernya budaya barat, Amerika itu lebih mudah diserap oleh orang kita, karena memang secara ekonomi lebih kuat (Informan 3).*

Adalah jelas dari dapatan etnografi bahawa Komuniti *K-Popers* Pekanbaru mempunyai satu matlamat untuk mengumpul para peminat budaya Korea dan mempunyai pelbagai perkara yang menarik dalam menjalankan aktivitinya. Komuniti *K-Popers* Pekanbaru ini tidak hanya menyukai apa-apa sahaja yang berkait rapat dengan budaya Korea, akan tetapi boleh mencipta hal-hal yang baharu. Mereka bukan sekadar mengikuti acara-acara tertentu sahaja, tetapi mereka juga banyak mencapai pelbagai kejayaan. Di samping itu, para *K-Popers* sering dijemput untuk mengadakan persembahan dan daripada jempunan tersebut mereka boleh mendapatkan wang sebagai pendapatan tambahan mereka. Komuniti *K-Popers* Pekanbaru memanfaatkan hobi dan minat mereka menjadi sesuatu yang boleh menjana pendapatan. Selain daripada dijemput untuk mengadakan persembahan dalam pelbagai majlis, salah seorang ahli Komuniti *K-Popers* Pekanbaru juga berniaga barangan aksesori Korea. Seperti yang dikatakan oleh ketua Komuniti *K-Popers* Pekanbaru melalui temu bual mendalam, bahawa terdapat ahli komuniti yang sangat berminat dan tertarik dengan barangan aksesori Korea kerana belum ada kedai yang menjual pelbagai barangan Korea di Pekanbaru. Bagi Informan B3, walaupun ahli kumpulan sudah memperoleh pendapatan melalui persembahan yang diundang, beliau mengatakan bahawa dia ingin menjalankan perniagaan melalui media atas talian secara berterusan dengan menjual barangan Korea tersebut. Perkara ini dapat dilihat bahawa dia bukan hanya sekadar minat dengan budaya Korea sahaja, tetapi boleh juga menjana pendapatan hasil dengan berjualan aksesori di media sosial daripada minat dengan budaya Korea ini.

## 2. *Impak Perundingan Kemodenan*

Ini bermaksud bahawa fenomena 'kepeminatan' K-Pop di mana jua pun dapat dikategorikan sebagai suatu ciri kemodenan yang terhasil dari perubahan pemikiran dan praktis sosial, budaya dan politik yang berdamak dari proses globalisasi. Komuniti *K-Popers* Pekanbaru dilihat berstrategi dan bijak dalam merundingkan kesan kemodenan kepada lingkungan sosiobudaya khususnya masyarakat dan keluarga mereka di Pekanbaru.

### (a) *Persepsi Masyarakat dan Keluarga*

Perilaku dan aktiviti yang dibuat oleh *K-Popers* Pekanbaru telah menarik perhatian masyarakat Pekanbaru dan persekitaran yang boleh memberikan tanggapan mahupun pendapat tentang wujudnya komuniti ini di bandar Pekanbaru. Pandangan masyarakat Pekanbaru terhadap komuniti *K-Popers* sama ada mereka berpandangan negatif atau positif mengenai kewujudan Komuniti *K-Popers* Pekanbaru ini dapat dilihat daripada petikan temu bual mendalam dengan ketua Komuniti *K-Popers* Pekanbaru.

*...Kalo untuk pandangan masyarakat sekitar sih lumayan bagus, ada yang mengapresiasi dan ada juga memandang sinis dengan K-Popers Pekanbaru ini... Apaan sih Korea-Korea (Informan 1).*

Hasil dapatan kajian melalui temu bual mendalam dengan ketua Komuniti *K-Popers* Pekanbaru ini boleh dikatakan cukup bagus. Informan 1 mengatakan bahawa ketika komuniti ini ditubuhkan dan berkembang, sehingga kini ada dua pandangan masyarakat sekitar sama ada yang memandang positif ataupun negatif. Persekitaran yang memandang positif dengan kegiatan ini, mereka berupaya untuk menyokong pelbagai aktiviti Komuniti *K-Popers* Pekanbaru. Manakala, mereka yang mempunyai pandangan negatif ini kurang menyokong dan terkesan dengan kewujudan Komuniti *K-Popers* Pekanbaru ini.

Pada peringkat awal menyertai Komuniti *K-Popers* Pekanbaru, beberapa informan pernah tidak diberi kebenaran oleh ahli keluarga mereka. Ahli kumpulan Komuniti *K-Popers* Pekanbaru mempunyai masalah dengan ibu bapa kerana menyertai komuniti ini. Akan tetapi, dengan adanya pelbagai impak positif terhadap ahli Komuniti *K-Popers* Pekanbaru, akhirnya ibubapa memberi kebenaran kepada anak-anak untuk menyertai komuniti ini. Oleh itu, para ibubapa tidak lagi mempersoalkan aktiviti yang dijalankan oleh ahli kumpulan Komuniti *K-Popers* Pekanbaru. Daripada dapatan kajian yang diperolehi tentang persepsi keluarga, dapat dilihat pelbagai perbezaan pendapat antara ahli-ahli dalam kumpulan Komuniti *K-Popers* Pekanbaru. Terdapat beberapa ahli mengatakan bahawa ketika awal-awal menyertai Komuniti *K-Popers* Pekanbaru, permintaan mereka telah ditolak oleh ibu bapa. Akan tetapi dengan alasan yang jelas dan tidak mengganggu aktiviti wajib lain, maka lama-kelamaan ibubapa bersetuju memberi kebenaran kepada anak-anak mereka untuk menyertai Komuniti *K-Popers* Pekanbaru. Hal ini boleh dilihat daripada maklumat yang diberikan oleh informan kepada pengkaji untuk mendapatkan kebenaran daripada ibu bapa.

*...kalau dean sih sempat dilarang karena Dean disuruh fokus kerja kan, cuman coba bujuk ke mama lagi bilang kalau ini gak ganggu kerjaan. Insyaallah sih mama sama papa suport aja selama itu gak negatif... (Informan A1, kumpulan 1).*

Sebagai seorang tenaga pengajar di sekolah swasta, informan 1 pada awalnya tidak dipersetujui oleh ibu bapanya untuk menyertai Komuniti *K-Popers* Pekanbaru kerana masalah pekerjaan. Ibu bapa informan A1 berasa khuatir kerana risau anaknya akan mengabaikan pekerjaan. Akan tetapi, selepas berbicara dengan ibu bapa dan meyakini mereka dengan mengatakan bahawa komuniti ini tidak mengganggu pekerjaannya, dia telah mendapat kebenaran daripada ibu bapanya. Selain itu, dia juga menjelaskan bahawa Komuniti *K-Popers* Pekanbaru memberi faedah positif dan pada akhirnya ibu bapanya bersetuju dengan apa yang diikuti oleh anaknya.

(b) Identiti keNusantaraan

Menerusi temu bual mendalam pakar kebudayaan Melayu Riau dari Universitas Lancang Kuning (UNILAK), Pekanbaru tentang kebudayaan Korea ini, beliau menegaskan bahawa pengaruh *hallyu* telah menjana jumlah peminat tegar yang tinggi khususnya menerusi media sosial.

*Sangat marak sekali. Artinya berbagai kalangan sangat menikmati budaya K-Pop. Dulunya mungkin diperkirakan anak-anak muda, tapi ternyata semua kalangan mengkonsumsi budaya pop. Ini menurut saya pengaruh dari media teknologi, apalagi sekarang, dulu yang mempengaruhi adalah televisi, sekarang lebih luas lagi. Media sosial Facebook, YouTube, lebih mudah untuk mengkonsumsi budaya-budaya populer yang berasal dari berbagai negara menurut saya (Informan 3).*

Tokoh budayawan Riau ini juga menambah bahawa budaya Korea sangat mudah masuk dan diterima oleh masyarakat. Banyak perkara yang menjadi sebab mengapa budaya Korea ini sangat mudah diterima oleh masyarakat. Antara sebab-sebab yang dikemukakan oleh beliau ialah semangat tinggi yang ditunjukkan oleh budaya Korea dan juga budaya Korea yang dianggap sesuai dengan kehidupan pada masa sekarang.

*Karena spirit budaya pop itukan lebih simpel, lebih sederhana dan lebih sesuai dengan kehidupan hari ini, itulah yang paling membuat orang menikmati budaya pop ini. Kalau budaya-budaya, tradisi itukan agak kompleks, pelaksanaannya pun kompleks. Misalnya tata acara yang sudah kaku, begitu dan urutan-urutannya yang sudah diatur, kostumnya pun sudah ditetapkan. Tapi ketika kita masuk ke budaya populer, budaya pop inikan budaya massa lebih bebas dan lebih banyak disukai orang, lebih simpel, kemudian dianggap itu update, dan ketika kita menikmati budaya populer, kita menganggap kita eksis di dunia sekarang (Informan 3).*

Beliau juga menambah bahawa kemasukan budaya Korea menjadi salah satu cabaran kepada kerajaan Indonesia dalam mengekalkan kebudayaan Indonesia kepada para remaja. Dalam hal ini, peminat K-Pop perempuan pula didapati mempunyai ciri-ciri khas yang membezakan mereka dengan *girlband* Korea. Maksudnya, walaupun mereka sangat meminati idola mereka, tetapi apabila *girlband* Korea menggunakan pakaian yang terbuka dan seksi, maka mereka tidak akan meniru. Mereka masih lagi berfikir bahawa mereka perlu tampil sopan kerana sebahagian daripada mereka beragama Islam yang memakai tudung

agar tidak melanggar perintah agama Islam. Walaupun para bintang Korea selalunya menggunakan pakaian yang terdedah, tetapi hal ini harus disesuaikan oleh ahli kumpulan dalam komuniti peminat Korea dengan apa yang dilarang agama Islam dan apa yang diperintah agama Islam. Proses penapisan ini juga dilakukan untuk menghindarkan pandangan negatif oleh ibu bapa dan juga persekitaran terhadap ahli komuniti peminat Korea, apatah lagi sebagai seorang Melayu yang dikategorikan sebagai bangsa yang masih memegang teguh dengan budaya Islam. Pendidikan kebudayaan negara sendiri menjadi salah satu cara untuk mengekalkan kebudayaan Indonesia. Hal ini sesuai dengan peringatan oleh Informan 3 seperti berikut.

*...Saran saya, pemerintah harus ada film-film yang betul-betul mempresentasikan budaya Indonesia, tetapi itu memang tidak banyak peminatnya. Kalau kita melihat beberapa film-film yang digarap serius, justru tidak hanya peminatnya di Indonesia. Tetapi tetap harus dilakukan, dan kemudian terakhir saran saya, budaya pop sekarang, Indonesia menurut saya tak punya strategi untuk membangun budaya pop di Indonesia, kayaknya perlu, jadi jangan alergi dengan istilah budaya pop di Indonesia, karena kita kadang-kadang terjebak oleh budaya leluhur yang kita anggap benar. tapi kan ternyata hari ini melalui pergeseran-pergeseran itu, juga harus di regenerasi (rekayasa budaya) yang harus dilakukan oleh pemerintah, sehingga budaya populer itu sesuai dengan di Indonesia (Informan 3).*

Menjadi peminat K-Pop ternyata bukanlah suatu tugas yang mudah untuk digalas kerana sebagaimana yang ditemukan oleh Williams (2016) di Singapura, sebuah negara kecil yang mempunyai selera yang cukup besar terhadap budaya asing. Menurut Williams, peminat K-Pop di Singapura juga terdedah kepada mesej-mesej liar dan negatif serta media tempatan yang memburuk-burukkan kepeminatan K-Pop. Pun begitu, wajar juga diselitkan kritikan Jenkins (2005) terhadap fenomena kepeminatan dari perspektif Barat dalam konteks interaksi idola penghibur dan peminat fanatik K-Pop. Menurut beliau, manifestasi penghargaan oleh selebriti K-Pop terhadap kesetiaan peminat tegar mereka seperti memberikan pelukan, berbual-bual sebaik tiba di lokasi persembahan atau pelbagai tingkah laku pelayanan lain, mungkin menimbulkan polemik identiti keNusantara yang transnasional. Jenkins (2018) menegaskan bahawa dari perspektif Barat, konsep dan budaya yang dikenali sebagai pelayanan peminat atau *'fan service'* ini tidak lebih dari suatu strategi atau gimik untuk mendapat *rating* khalayak serta peminat tegar yang tinggi bagi menjamin populariti global mereka. Sebenarnya, praktis pelayanan peminat sebegini juga terlihat amat janggal dalam sesetengah konteks transbudaya keTimuran terutamanya yang bercanggah dengan nilai-nilai keIslaman khususnya di Nusantara Melayu. Dalam konteks Asia Timur pula, tingkah laku ini dianggap mulia dan beretika kerana kejayaan industri K-pop sentiasa dikaitkan dengan falsafah *'fan labour'* iaitu 'khidmat amal' yang berteraskan keintiman hubungan parasosial yang tinggi dalam kalangan peminat tegar mereka tanpa jemu.

#### KESIMPULAN

Fenomena K-Pop dilihat terus menguasai pasaran industri muzik antarabangsa melalui pelbagai strategi yang inovatif termasuklah mengusahakan projek muzik yang bersifat inklusif. Keterbukaan dasar industri di kebanyakan negara di Nusantara Melayu juga

menyebabkan kumpulan K-Pop elit seperti *BTS* dan *Blackpink* menjalinkan kolaborasi dalam pelbagai peringkat dan bentuk dengan artis elit Barat seperti Nicky Minaj, *The Chainsmokers*, Dua Lipa dan lain-lain. Fenomena ini menunjukkan kemahiran dan kematangan wawasan oleh para usahawan dan pakar strategi pemasaran dalam industri muzik global. Strategi 'menang-menang' ini tidak hanya membawa pelbagai keuntungan jangka panjang dari segi pasaran dan kemasyhuran, bahkan ia dapat menambat kesetiaan dan kepeminatan setiap komuniti peminat K-Pop di rantau ini. Menurut Al-Amrosyah dan Imron (2014), kekuatan fenomena komuniti peminat K-Pop semakin meningkat dengan meningkatnya jumlah selebriti K-Pop dari Korea Selatan di sebalik bantahan sebilangan masyarakat Pekanbaru sendiri tidak menyukai kehadiran komuniti peminat K-Pop yang dianggap bahawa ia adalah perkumpulan anak-anak muda yang hanya membuang masa, duit dan bersikap hedonistik.

Namun, penerimaan dan pengaruh kepeminatan K-Pop yang begitu besar di Nusantara Melayu juga adalah suatu petanda perundingan kemodenan dalam konteks kebijaksanaan dan kematangan komuniti peminat menguruskan dan menyesuaikan misi, program dan konsumsi fenomena K-Pop dengan konteks sosiobudaya, sejarah dan politik tempatan yang menjadi 'tuan rumah' kepada pelbagai budaya popular. Kemodenan yang berlangsung di Pekanbaru memerlukan daya refleksiviti yang non-etnosentrik ataupun non-religius kerana fenomena kepeminatan K-Pop tidak sama sekali kontra-produktif seperti yang diperlihatkan oleh Komuniti *K-Popers* Pekanbaru. Ini juga kerana mereka cerdas dan bernas dalam memilih idola parasosial yang mendorong keyakinan untuk melakukan kebaikan dan amal soleh kepada masyarakat setempat. Kemodenan yang dirundingkan ini jelas membina dan memimpin kematangan dan keperibadian Komuniti *K-Popers* Pekanbaru menjadi sebahagian daripada proses pembentukan identiti mereka.

#### BIODATA

*Badrul Redzuan Abu Hassan* ialah Pensyarah Kanan di Pusat Komunikasi dan Masyarakat Digital, Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Kebangsaan Malaysia. Beliau menjalankan penyelidikan dalam bidang Kajian Media dan Budaya di Malaysia dan Indonesia. Email: brah@ukm.edu.my

*Raja Widya Novchi* ialah Pensyarah di Program Studi Hubungan Masyarakat, Fakulti Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Riau (UMRI), Pekanbaru, Indonesia. Kepakaran beliau dalam bidang Perhubungan Awam dan fokus penyelidikan beliau ialah ke atas fenomena budaya popular di Indonesia. Email: rayachi18@gmail.com

#### RUJUKAN

- Al Amroshy, A. U., & Imron, A. (2014). Hegemoni Budaya Pop Korea pada Komunitas Korea Lovers Surabaya (KLOSS). *Jurnal Paradigma*, 2(3), 1-8.
- Bond, B. J. (2018). Parasosial Relationships with Media Personae: Why They Matter and How They Differ Among Heterosexual, Lesbian, Gay, and Bisexual Adolescents. *Media Psychology*, 21(3), 457-485.
- Dai, Y., & Walther, J. B. (2018). Vicariously Experiencing Parasosial Intimacy with Public Figures Through Observations of Interactions on Social Media. *Human Communication Research*, 44(3), 322-342.
- Goodman, D. J. (2007). Globalization and Consumer Culture. Dlm. Ritzer, G. (Ed.). *The Blackwell Companion to Globalization* (pp. 330-351). Malden, MA: Blackwell.
- Horton, D., & Wohl, R. R. (1956). Mass Communication and Para-Sosial Interaction. Observations on Intimacy at A Distance. *Psychiatry*, 19(3), 215-229.
- Hu, M. (2016). The Influence of Scandal on Parasosial Relationship, Parsosial Interaction and Parasosial Breakup. *Psychology of Popular Media Culture*, 5(3), 217-231.
- Ika Karlina Idris. (2018). Government Social Media in Indonesia: Just Another Information Dissemination Tool. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 34(4), 337-356.
- Jenkins, H. (2018). *The State of Fandom Studies 2018: Introduction*. Retrieved from <http://henryjenkins.org>
- Jenkins, H. (2005). *Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture*. London: Routledge.
- Jung, S. (2011). K-pop, Indonesian fandom, and Sosial Media. *Transformative Works and Cultures*, 8 (Special Issue 1). Retrieved from <https://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/28926/02/2019>
- Lily El Ferawati Rofil, Md Azalanshah Md Syed, & Azizah Hamzah. (2015). Jadi Melayu: Televisyen dan Pembentukan Identiti Wanita Keturunan Jawa di Malaysia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 31(1), 41-58.
- Rihl, A., & Wegener, C. (2017). YouTube Celebrities and Parasosial Interaction: Using Feedback Channels in Mediatised Relationships. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*.
- Storey, J. (2005). *Cultural Studies and The Study of Popular Culture*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Vinney, C. (2018). Parasosial Relationships: Definition, Examples, and Key Studies. Retrieved from <http://www.thoughtco.com/parasosial-relationships-4174479>
- Vinney, C., & Vinney, L. A. (2017). That Sounds Familiar: The Relationship Between Listener's Recognition of Celebrity Voices, Perceptions of Vocal Pleasantness, and Engagement with Media. *Journal of Radio and Audio Media*, 24(2), 320-338.
- Yates, B. L. (2015). It's Sosial, Not Parasosial: Understanding The Impact of The Internet on Building Community Among Bruce Springsteen Fans. *The Atlantic Journal of Communication*, 23(5), 254-268.
- Williams, J. P. (2016). Negotiating Fan Identities in K-Pop Music Culture. *Studies in Symbolic Interaction*, 47, 81-96.