

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Remaja

a. Pengertian Remaja

Remaja adalah orang-orang yang baru mulai belajar tentang hal-hal baru, baik yang bersifat positif maupun negatif. Masa remaja merupakan masa peralihan dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa. Seorang remaja sebenarnya tidak memiliki kedudukan yang jelas. Dia bukanlah dari kelas anak-anak dan juga bukan dari kelas orang dewasa atau senior. Ada beberapa macam pemahaman berdasarkan tokoh-tokoh tentang pemahaman remaja, misalnya: John W. Santrock berpendapat bahwa masa remaja merupakan masa transisi dari masa kanak-kanak ke masa dewasa yang memperlihatkan dirinya dalam perubahan fisiologis, kognitif, dan emosi sosial.¹

Elizabeth B. Hurlock. Istilah remaja berasal dari bahasa latin *adolensence* yang berarti “tumbuh” atau “tumbuh menjadi dewasa”. Menurut Piaget, istilah *adolensence* memiliki arti yang luas, meliputi kematangan mental, emosional, sosial, dan fisik. Ditinjau dari segi psikologis, masa remaja adalah masa ketika orang-orang dan masyarakat dewasa bersatu sama lain, dan anak-anak tidak lagi merasa setingkat dengan yang lebih tua tetapi pada level yang sama.² Papalia dan Olds mengartikan masa remaja sebagai masa transisi dari masa kanak-kanak ke masa dewasa yang biasanya dimulai pada usia 12 atau 13 tahun dan berakhir pada masa remaja atau awal dua puluhan.³

Menurut WHO (*World Health Organization*) pada tahun 1974, berpendapat bahwa masa remaja adalah masa ketika

¹ Jhon W. Santrock, *Adolescence Perkembangan Remaja*, (Jakarta: Erlangga, 2002), hlm. 23.

² Elizabeth B. Hurlock, *Psikologi Perkembangan*, (Jakarta: Erlangga, 2004), hlm. 206.

³ Yudrik Jahja, *Psikologi Perkembangan*, (Jakarta: Kencana Prenamedia Group, 2011), hlm. 220.

seseorang pertama kali menunjukkan tanda-tanda perilaku seksual untuk mencapai kematangan seksual atau pubertas. Anak yang memasuki masa remaja akan mengalami perkembangan mental dan proses pemahaman dari masa kanak-kanak hingga dewasa. Hal ini dapat ditandai dengan perkembangan atau pertumbuhan yang sangat pesat dari segala bidang, termasuk perubahan fisik yang menunjukkan kematangan organ reproduksi dan terutama fungsi organ lainnya.⁴

Dari pengertian yang dijelaskan oleh para tokoh diatas, maka dapat dijelaskan bahwa remaja adalah individu dalam rentang usia 13 - awal 20 tahun dan belum menikah yang sedang dalam transisi dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa dengan melewati tugas perkembangan berupa kematangan mental, perubahan fisik, emosional, dan sosial, serta dapat ditandai dengan adanya perkembangan-perkembangan atau pertumbuhan-pertumbuhan yang sangat pesat di segala bidang.

Dalam Islam usia remaja adalah usia yang paling membanggakan. Tidak hanya memperhatikan pertumbuhan, perkembangan dan perubahan faktor biologis remaja saja, tetapi yang lebih penting adalah mempersiapkan seorang remaja menjadi generasi yang mengerti serta memahami pembauran nilai-nilai moral, keimanan dan ilmu pengetahuan. Remaja harus menyadari bahwa perubahan hormon dan fisik tidak berarti mereka adalah remaja dapat melakukan apa saja yang orang dewasa lakukan.⁵ Untuk memasuki masa remaja, banyak faktor yang harus diperhatikan, antara lain: hubungan dengan kedua orang tua, hubungan dengan teman-teman sebaya, hubungan dengan kondisi lingkungan, dan perkembangan kognitif.

⁴ Sarwono Sarlito W, *Psikologi Remaja*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), hlm.

⁵ Miftahul Jannah, *Remaja dan Tugas-Tugas Perkembangannya dalam Islam*, Jurnal Psikoislamedia, Vol. 1, No.1, 2016 Issn 2503-3611, hlm. 247

b. Usia Masa Remaja

Menurut Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No. 25 Tahun 2014, remaja adalah penduduk yang berusia 10 sampai dengan 18 tahun. Menurut Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana (BKKBN), rentang usia remaja antara 10 sampai dengan 14 tahun dan belum menikah.⁶ Namun menurut Santrock, masa remaja berusia antara 10-12 tahun dan berakhir pada usia 21-22 tahun.⁷

Menurut para tokoh psikologi, masa remaja dibagi menjadi tiga kelompok umur, yaitu:

1. Masa remaja awal, pada rentang usia dari 12-15 tahun.
2. Masa remaja madya, pada rentang usia 15-18 tahun.
3. Masa remaja akhir, pada rentang usia 18-22 tahun.

c. Ciri-Ciri Masa Remaja

Masa remaja merupakan masa yang sulit bagi remaja dan orang tuanya karena dalam masa ini terjadi perubahan yang sangat cepat, baik perubahan fisik maupun mental. Berikut ini ciri-ciri remaja :

1. Remaja mulai mengekspresikan kebebasan dan haknya untuk mengemukakan pendapat. Hal ini dapat menimbulkan ketegangan dan perselisihan serta dapat mengasingkan remaja dari keluarganya.
2. Remaja lebih gampang dipengaruhi oleh teman sebayanya daripada ketika mereka masih anak-anak. Ini berarti pengaruh orang tua semakin berkurang. Remaja berperilaku dan memiliki berbagai kesenangan yang berbeda, bahkan bertentangan dengan perilaku dan kesenangan keluarga.
3. Remaja mengalami perubahan fisik yang luar biasa baik dalam pertumbuhan maupun seksualitas.

⁶ Amita Diananda, *Psikologi Remaja dan Permasalahannya*, Jurnal Istighna, Vol. 1 No. 1 Januari 2008. Issn 1979-2824. Hlm. 117.

⁷ Jhon W. Santrock, *Adolescence Perkembangan Remaja*, (Jakarta: Erlangga, 2002), hlm.

4. Remaja sering menjadi terlalu percaya diri dan ini bersama dengan emosi mereka yang biasanya meningkat dan cenderung memburuk, sehingga sulit untuk menerima nasihat dan bimbingan orang tua mereka.⁸

2. Budaya Populer

a. Pengertian Budaya Populer

Untuk mendefinisikan apa itu budaya populer, peneliti terlebih dahulu harus mendefinisikan istilah budaya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, budaya adalah keseluruhan pengetahuan manusia sebagai makhluk sosial, yang digunakan untuk memahami lingkungan dan pengalamannya, serta untuk menentukan tingkah lakunya.⁹ Selain itu, budaya juga dapat diartikan sebagai cara hidup tertentu dari suatu masyarakat, periode, atau kelompok tertentu, budaya juga mengacu pada teks dan praktik yang fungsi utamanya adalah untuk menunjukkan, menandakan, menghasilkan, atau kadang-kadang peristiwa yang menciptakan makna tertentu.¹⁰

Menurut Ralph Linton, budaya adalah cara hidup semua orang dan bukan hanya mengenai beberapa cara hidup yang lebih maju dan diinginkan.¹¹ Linton mendefinisikan budaya sebagai kumpulan pengetahuan, sikap, dan pola perilaku yang semuanya merupakan kebiasaan yang dimiliki dan diwarisi oleh anggota masyarakat tertentu.¹² Sementara itu, Selo Soemardjan dan Soeleman Soemardi mengartikan bahwa budaya sebagai hasil karya, rasa, dan kecintaan masyarakat. Karya masyarakat menghasilkan teknologi dan kebudayaan kebendaan atau kebudayaan jasmaniyah yang dibutuhkan manusia untuk menguasai

⁸ Khamir Zakarsih Putro, *Meneladani Ciri dan Tugas Perkembangan Masa Remaja*, Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama, Vol.17, No.1, 2017 Issn 141-87777, hlm. 26.

⁹ Kamus Besar Bahasa Indonesia

¹⁰ John Storey, *Teori Budaya dan Budaya Pop*, (Yogyakarta: Qalam, 2003), hlm. 2-3.

¹¹ Tasnuji, Dkk, *Ilmu Alamiah Dasar, Ilmu Budaya Dasar*, (Surabaya: IAIN Sunan Ampel Press, 2011), hlm 151.

¹² Roger M. Keesing, *Antropologi Budaya, Suatu Prspektif Kontemporer*, Jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 1989), hlm 68.

alam sekitar, sehingga daya dan hasilnya akan diabadikan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.¹³

Sedangkan istilah populer memiliki beberapa makna yaitu, dikenal atau disukai banyak orang, jenis kerja rendahan, dan karya yang dilakukan untuk menyenangkan orang lain.¹⁴ Kata populer juga dapat dimaknai sebagai terbesar luas, arus utama, dominan atau sukses secara komersial. Jadi dapat diartikan bahwa budaya populer merupakan kebiasaan yang dimiliki dan diwarisi oleh anggota masyarakat tertentu yang bekerja untuk menyenangkan orang lain. Budaya populer adalah budaya yang lahir dari hubungan dengan media. Artinya media mampu menciptakan suatu bentuk budaya, kemudian masyarakat akan menyerapnya dan menjadikannya suatu bentuk budaya.¹⁵

Budaya populer merupakan produk dari masyarakat industri. Kegiatan pemaknaan dan hasilnya berupa kebudayaan diproduksi dan ditampilkan secara massal, biasanya dengan bantuan teknik produksi massal, distribusi dan penggandaan massal, sehingga dapat dengan mudah diperoleh oleh publik.¹⁶ Budaya pop sering berubah dan menunjukkan dirinya dengan cara yang unik di tempat dan waktu yang berbeda. Suatu kebudayaan akan terus berkembang dari waktu ke waktu seiring dengan semakin majunya peradaban masyarakatnya hingga hampir memenuhi segala aspek kehidupan, mulai dari teknologi, pola konsumsi, pendidikan, hingga nilai budaya. Budaya populer juga dikaitkan dengan aktivitas sehari-hari seperti fashion, musik, superstar, gaya hidup, dan lain-lain yang mungkin menarik bagi siapa saja atau beberapa orang.

¹³ Jacobus Ranjabar, *Sistem Sosial Budaya Indonesia: Suatu Pengantar*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2006), hlm 21

¹⁴ *Ibid*, hlm 10

¹⁵ Strinati, *Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*, (Yogyakarta: Bentang, 2007), hlm 40.

¹⁶ Ariel Heryanto, *Budaya Populer di Indonesia Mencairnya Identitas Pasca-Orde Baru*, (Yogyakarta: Jalaputra, 2012), hlm. 9

b. Ciri-Ciri Budaya Populer

Ciri-ciri budaya populer diantaranya sebagai berikut :

- 1) Tren, budaya yang menjadi *trend* dan disukai oleh banyak orang yang dapat menjadi budaya yang populer.
- 2) Keseragaman bentuk, ciptaan manusia yang akhirnya menjadi tren dan diikuti oleh banyak plagiarisme. Karya ini dapat menjadi pionir bagi karya-karya lain dengan karakteristik yang sama.
- 3) Adaptabilitas, budaya populer yang mudah dinikmati dan diterima oleh masyarakat umum akan menumbulkan tren.
- 4) Durabilitas (daya tahan), budaya populer akan terbukti berdasarkan ketahanannya terhadap waktu, pelopor budaya populer yang dapat membela diri jika persaingan yang muncul tidak dapat bersaing dengan keunikannya, akan bertahan seperti merek Coca-Cola yang telah ada selama satu dekade..
- 5) Profitabilitas (rasio keuangan) dari sudut pandang ekonomi, budaya populer berpotensi untuk memastikan keuntungan besar bagi industri yang mendukungnya.

1. K-Pop sebagai Bentuk Budaya Populer

Budaya populer adalah budaya yang diminati oleh masyarakat modern pada saat ini. Budaya populer atau yang biasa disebut budaya pop merupakan hasil dari kearifan manusia yang telah menjadi budaya hidup yang dapat dijumpai dalam kehidupan sehari-hari. Budaya populer mempengaruhi dan mengklasifikasikan orang menurut minat atau ketertarikannya, pengalaman, dan selera mereka. Budaya populer dikembangkan melalui media massa sehingga dengan mudah menarik perhatian orang dan membuat budaya pop menjadi kenyataan sosial yang berada di tengah masyarakat tanpa bisa dikendalikan. Media mempengaruhi pemikiran seseorang dan menyerap nilai-nilai budaya

untuk mendorong perilaku mereka ini kemudian akan mengarah pada keuntungan pihak yang dominan.¹⁷

Budaya K-Pop (Korean Pop) telah menjadi budaya baru yang disukai masyarakat Indonesia. Hal ini disebabkan penyebaran dan pengaruh budaya Korea di Indonesia, khususnya melalui produk budaya populer seperti film, drama, musik, dan fashion. K-Pop adalah jenis musik populer yang berasal dari Korea Selatan. Banyak artis dan grup musik pop Korea telah pergi dan populer di luar negeri. Korea adalah sebuah penamaan dari budaya Korea yang telah berkembang selama beberapa dekade terakhir. Orang Asia mulai merasakan demam Korea sekitar tahun 1990-an, terutama di China, Jepang dan beberapa kawasan Asia Tenggara. Dimulai dengan industri hiburan yaitu K-Pop dan K-Drama yang mengawali era budaya Korea di kancah Internasional.

Keberhasilan Korea dalam industri hiburan meliputi nilai-nilai, gaya hidup, kehidupan sosial, sistem, tradisi, dan kepercayaan yang dianut oleh orang-orang Korea yang menjadi populer di masyarakat global. Proses ini dikenal sebagai *koreanization*. Bahkan, hal ini juga berdampak positif pada industri *fashion*, teknologi, maupun otomotif di Korea Selatan. Tingginya permintaan atas barang elektronik buatan Korea di beberapa negara di dunia merupakan bukti dari skenario besar yang dirancang untuk mendominasi peradaban manusia untuk menciptakan sebuah budaya populer.

Sebenarnya ada banyak alasan mengapa remaja di Indonesia semakin menyukai K-Pop. Bagaimana mereka dapat secara unik dan bisa menarik remaja dan melibatkan mereka dalam sebuah komunitas penggemar. Namun tidak selamanya penggemar Korea bisa disebut fans, karena ada juga fans musiman yang hanya menggemari musik K-Pop dalam jangka waktu tertentu saja. K-Pop digandrungi bukan hanya karena musiknya yang enak didengar, tetapi juga karena penampilan para idolanya yang luar biasa. Mereka selalu terlihat sempurna dalam

¹⁷ Graeme Burton, *Media dan Budaya Populer*, (Jalasutra: Yogyakarta, 2012), hlm. 81.

segala hal. Koreografi tarian yang menarik dan berbeda bagi setiap grup juga menjadi ciri khas tersendiri.

Fenomena demam Korea (*Korean Wave*) di Indonesia disebabkan oleh adanya penyebaran dan pengaruh budaya Korea melalui produk budaya populer seperti film, drama, musik, dan pernak-pernik lainnya. Penyebaran budaya populer dari negeri gingseng ini berlangsung sekitar tahun 2002 dengan munculnya serial yang berjudul ‘Autumn Tale’ atau lebih populer dengan judul ‘Endless Love’. Menyusul kesuksesan serial Korea tersebut yang dikenal dengan *Korean Drama* (K-Drama) diikuti oleh Korean drama lainnya. Terinspirasi dengan adanya boys dan girl band Korea, muncullah banyak boys band dan girls band Indonesia, diantaranya Coboy Junior, Sm*sh, Cherrybelle, 7 icon, dan masih banyak lagi.

a. Penggemar Budaya Korean Pop

Menyebarnya budaya K-Pop di ke berbagai dunia menciptakan berbagai komunitas *fans* atau penggemar diberbagai negara. Dalam dunia K-Pop penggemar memiliki peran penting karena semakin besar penggemar seorang artis maka semakin populer dan sukseslah artis tersebut. Aktivitas penggemar K-Pop lebih sering dilakukan melalui media. Internet sebagai sumber utama para penggemar untuk mencari tahu mengenai artisnya dan penggemar menciptakan budaya mereka sendiri yang ditunjukkan melalui bahasa, kebiasaan, dan kegiatan yang sering dilakukan.

Penggemar muncul sebagai bagian dari budaya konsumen, khususnya budaya populer. Konsumsi dari para penggemar budaya Korean Pop (K-Pop) meliputi konsumsi drama, film, dan musik pop Korea. Dalam pandangan John Storey, konsumsi budaya pop akan selalu menghasilkan sekelompok penggemar. Penggemar adalah bagian yang paling mencolok dari teks budaya populer dan khalayak praktis.¹⁸

¹⁸ John Storey, *Cultural Studies dan Kajian Pop*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2010), hlm. 157.

Di dunia K-Pop, biasanya akan menemukan penggemar yang dianggap berlebihan dan dekat dengan kegilaan budaya karena suka mengoleksi album dan merchandise (buah tangan) yang dikeluarkan oleh para idolanya. Waktu yang paling membahagiakan adalah sang idola comeback (istilah untuk idola yang kembali ke panggung setelah istirahat sejenak). Penggemar akan menghabiskan lebih banyak uang yang mereka punya dari biasanya untuk membeli album atau barang lainnya. Jika hal ini selalu terjadi, maka dapat diketahui bahwa dampak negatif dari perilaku penggemar K-Pop ini adalah munculnya sifat ketergantungan dan konsumtif yang mengharuskan para penggemar budaya k-pop untuk memiliki setiap produk korea yang ada sehingga mengakibatkan sikap konsumtif yang ada di diri para remaja penggemar K-Pop.

Penggemar K-Pop adalah bentuk praktik sosial karena media mendorong penggemar K-Pop untuk menyerap nilai-nilai budaya populer yang tidak terkendali. Nilai-nilai dalam budaya K-Pop menyebabkan para penggemar itu menimbulkan perubahan dalam dirinya sendiri. Penggemar yang tidak tahu apa-apa tentang budaya K-Pop sebelumnya menjadi paham berkat kekuatan media massa yang ada. Pendukung budaya K-Pop semakin hari semakin berkembang, apalagi berkat kemajuan teknologi yang bisa dikunjungi oleh siapa saja dan menggugah rasa ingin tahu orang lain. Tidak dapat dipungkiri bahwa di era digital ini, media online berperan penting dalam penyebaran segala informasi apapun dengan cepat termasuk budaya pop.

Penggemar K-Pop adalah sekelompok besar orang yang lahir dari media yang bertindak sebagai pengguna dan sumber informasi. Informasi ditukarkan melalui komunikasi interpersonal dengan orang-orang, ketika salah satu dari mereka memutuskan untuk berbagi informasi dengan penggemar K-Pop lainnya. Untuk alasan ini, penggemar K-Pop cenderung membentuk kelompok

dengan teman-teman mereka yang mempunyai kriteria nilai sosial, pengetahuan, tujuan, dan keyakinan yang sama dengan anggota lain untuk membangun keterbukaan dengan anggota lain.

Penggemar umumnya juga disebut dengan istilah fans. Istilah fans mengacu pada seseorang yang sangat mencintai sesuatu yang berlebihan, salah satunya K-Pop. Kata *fans* berasal dari bahasa Inggris yaitu *fanatic* yang berarti orang yang tergila-gila. Walaupun para penggemar di masa modern terkadang menunjukkan perilaku menyukai yang tidak akal dan tidak kritis, sebagian besar juga menolak untuk dikatakan dengan istilah yang paling ekstrim yaitu *fanatic* karena istilah tersebut berkonotasi negatif.

Ada karakteristik tertentu yang dapat ditentukan pada para penggemar K-Pop ini yang mempengaruhi perilaku mereka. Karakteristik tersebut yaitu :

1. Ketertarikan internal. Penggemar memfokuskan sebagian besar kemampuan mereka secara intens pada suatu area hobi atau ketertarikan yang lebih spesifik dari pada mereka yang bukan penggemar, dan tidak mempertimbangkan secara signifikan, bila mereka yang bukan penggemar (termasuk keluarga dan teman) tidak bisa mendapatkan kesenangan dari hal yang disukainya tersebut. Pengggemar biasanya memiliki rasa suka yang kuat sehingga terjadi perubahan pada gaya hidup mereka untuk mengakomodasikan kesetiaan mereka pada objek yang disukai.
2. Keinginan akan ketertarikan eksternal. Hal ini dimotivasi oleh keinginan untuk memperlihatkan keterkaitan mereka dengan area ketertarikan tertentu melalui perilaku seperti menghadiri konferensi, aktif di forum online, dan lainnya.
3. Keinginan untuk memiliki. Penggemar cenderung mengekspresikan keinginan untuk memiliki barang-barang yang berhubungan dengan bidang yang mereka minati,

4. Keinginan untuk berinteraksi sosial dengan penggemar lain. Hal ini mengambil banyak bentuk yang berbeda-beda, mulai dari percakapan sehari-hari, email, chat room hingga pertemuan tatap muka secara teratur, seperti pertemuan klub penggemar yang terorganisir.¹⁹

2. Ketertarikan terhadap Budaya K-Pop

Ketertarikan berasal dari kata dasar tertarik. Istilah ketertarikan memiliki persamaan kata dengan kata minat. Minat adalah ketertarikan seseorang terhadap suatu objek, orang, masalah, atau situasi yang berkaitan dengannya. Dengan kata lain, minat harus dipandang sebagai kesadaran, karena minat adalah aspek psikologis seseorang yang lebih memperhatikan tindakan tertentu dan mendorong orang yang bersangkutan untuk melakukan kegiatan tersebut. Minat adalah suatu keadaan di mana seseorang tertarik pada apa yang menurut mereka menarik dan disertai dengan kemauan untuk memahami, mempelajari, dan membuktikan sesuatu lebih lanjut.²⁰

Menurut W.S Winkel, minat adalah kecenderungan terus menerus untuk tertarik pada bidang tertentu dan bersedia untuk berpartisipasi dalam bidang tersebut.²¹ Sumadi Suryabrata mendefinisikan bahwa minat adalah perasaan lebih suka dan tertarik pada suatu hal atau kegiatan yang tidak dibicarakan oleh siapa pun. Intinya, minat adalah meminta suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar dirinya. Semakin kuat atau dekat hubungannya, semakin besar pula minatnya.²² Minat dapat diartikan sebagai kecenderungan yang tinggi terhadap sesuatu, ketertarikan, perhatian, gairah dan keinginan.²³

¹⁹ Nesya Amellita, Skripsi, *Kebudayaan Populer Korea: Hallyu dan Perkembangan di Indonesia*, Universitas Indonesia, Depok: 2010, hlm.17.

²⁰ Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, (Fakultas Psikologi UGM: Yogyakarta, 1981), hlm. 38.

²¹ Winkel. *Psikologi dan Evaluasi Belajar*, (PT. Gramedia: Jakarta, 1993), hlm. 38.

²² Sumadi Suryabrata, *Psikologi Pendidikan*, (PT. Grafindo Perkasa Rajawali: Jakarta , 2010), hlm. 68.

²³ A.M. Sardiman, *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2006), hlm. 32.

Oleh karena itu, minat adalah keadaan seseorang yang menimbulkan rasa simpati atau tertarik terhadap sesuatu dan dapat mempengaruhi tindakan seseorang. Ketertarikan seseorang terhadap sesuatu berkaitan erat dengan dorongan batin, yang kemudian menimbulkan keinginan untuk berpartisipasi atau terlibat dalam apa yang menarik minatnya. Seseorang yang tertarik pada suatu obyek akan merasa senang bila terlibat pada suatu yang diminatinya. Siapapun yang tertarik pada suatu subjek maka akan merasa senang terlibat di dalamnya.

Minat dapat dibagi menjadi dua, yaitu minat internal dan eksternal. Minat internal adalah minat yang timbul dalam diri orang itu sendiri tanpa adanya pengaruh dari luar. Sedangkan minat eksternal adalah minat yang dihasilkan karena pengaruh dari luar. Berdasarkan pendapat ini, maka minat eksternal dapat timbul karena pengaruh sikap.²⁴ Ada tiga faktor yang melatarbelakangi munculnya minat seseorang, yaitu:

1. Faktor pendorong yang berasal dari dalam. Kebutuhan tersebut dapat berupa kebutuhan fisik dan mental.
2. Faktor motivasi sosial. Timbulnya minat pada seseorang dapat disebabkan oleh motif sosial yaitu kebutuhan untuk memperoleh pengakuan dan lingkungan dimana mereka berada.
3. Faktor emosional. Faktor ini merupakan ukuran aktivitas seseorang dalam memperhatikan suatu aktivitas atau objek tertentu.²⁵

Sedangkan budaya K-Pop adalah jenis budaya populer yang berhubungan dengan popularitas budaya Korea di luar negeri dan menawarkan hiburan Korea yang terbaru termasuk film dan drama, musik pop, animasi, permainan dan sejenisnya.²⁶ K-Pop adalah singkatan dari Korean Pop (musik pop Korea), merupakan jenis musik

²⁴ Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, (Yogyakarta: Andi, 1999), hlm. 35.

²⁵ Dinyati Mahmud, *Psikologi Pendidikan suatu Pendekatan Terapan*, (Yogyakarta: BOFF, 2011), hlm. 56.

²⁶ Sella Ayu Pertiwi, *Konformitas dan Fanatisme Pada Remaja Korean Wave (Penelitian pada Komunitas Super Junior Fans Club ELF "Ever Lasting Friend") di Samarinda*, Jurnal Psikologi, Vol, 3;2 (2013), hlm. 2.

populer yang berasal dari Korea Selatan. Jenis musik ini adalah jenis musik pop, banyak artis dan grup musik populer yang berasal dari Korea Selatan yang populer baik di dalam maupun luar negeri. Kecintaan terhadap musik K-Pop merupakan bagian yang tak terpisahkan dari pada demam K-Pop diberbagai negara, termasuk Indonesia.

Seseorang yang tertarik dengan budaya K-Pop dapat disebut dengan fans atau K-Popers. Seseorang yang telah menjadi bagian dari fans budaya K-Pop biasanya akan terlihat perubahan sikap dan perilaku mereka. Hal ini dapat dilihat dari kebiasaan-kebiasaan yang mereka lakukan dari sebelumnya seperti yang dulunya sering mendengarkan lagu-lagu atau musik-musik lokal, kini berubah menjadi menyukai musik-musik yang berasal dari Korea. Dan bahkan ketertarikan para fans terhadap budaya K-Pop ini juga telah merubah gaya bahasa mereka yang ikut berbahasa Korea seperti halnya bahasa yang digunakan para artis favorit mereka yang biasanya dilihat melalui media-media yang saat ini sedang berkembang dan banyak menampilkan budaya K-Pop tersebut.

B. Landasan Teori

Berdasarkan hal-hal di atas maka peneliti menggunakan teori interaksi parasosial dari Stever. Teori ini digunakan sebagai acuan karena dalam teori interaksi parasosial sesuai dengan fenomena yang terdapat dalam latar belakang masalah, yakni mengenai ketertarikan yang ditunjukkan oleh remaja penggemar budaya K-Pop kepada idolanya seperti menyukai sang idola karena paras yang menawan, karena musik K-Pop membawa semangat bagi penggemarnya, serta para idola K-Pop yang dianggap mampu membuat energi positif dan motivasi bagi para penggemarnya.

Interaksi parasosial merupakan suatu hubungan tanpa timbal balik antara seseorang dengan figur media.²⁷ Remaja dalam tahap

²⁷ Gayle Stever, *Mediated vs. Parasocial Relationship: An Attachment Perspective*, Journal of Media Psychology, (New York: 2013), hlm. 3

pembentukan identitas dirinya akan melihat orang lain di sekitarnya untuk menjadi model yang akan ditiru. Jika lingkungan tidak bisa memenuhi harapan mereka, maka remaja akan memilih selebriti sebagai model untuk ditiru karena dianggap memiliki standar yang sesuai dengan harapan mereka. Gaya hidup yang mereka lihat pada sosok “selebriti” favorit mereka menjadi suatu hal yang bisa ditiru.

Interaksi parasosial sangat penting dan spesial bagi remaja. Selebriti memberikan gambaran model yang cocok untuk perbandingan sosial, sebagai panutan (*role-model*), dan sebagai identitas sosial. Sehingga tidak mengherankan banyak remaja yang masuk dalam *fansclub* dan menghabiskan waktunya untuk mencari tahu kehidupan sang artis idolanya. Hal ini membuat interaksi parasosial akan meningkat pada masa remaja.²⁸ Interaksi parasosial terjadi secara sukarela, dimana seseorang membentuk fantasinya sendiri terhadap figur yang menjadi pusat perhatiannya. Penonton akan menilai lebih dulu karakter media dengan cara yang sama ketika individu bertemu dengan orang baru di dunia nyata dan dari hal tersebut dapat dilihat persamaan pola dan pengembangan interaksi sosial dan parasosial. Ketertarikan awal terhadap figur media akan memotivasi penonton untuk mengenal lebih lanjut mengenai sosok figur, membentuk kedekatan dan menganggap penting hubungan parasosial yang penonton bentuk terhadap figur media.

Daya tarik interpersonal yang ditunjukkan oleh figur selebriti menjadi dasar bagi seseorang untuk memberikan respon terhadap figur tersebut. Seseorang bisa menyukai atau pun tidak menyukai tergantung pada kesan yang ditunjukkan oleh figur tersebut. Kesan positif yang ditunjukkan seperti bakat yang luar biasa, menampilkan penampilan yang tak terlupakan dan menunjukkan sisi ramah akan membuat seseorang memberi perhatian dan percaya pada figur tersebut dan menjadi penggemar.

²⁸ Jacob Cohen, *Parasocial breakup: Measuring individual differences in responses to the dissolution of parasocial relationship*. (Mass media communication and society, 2003), hlm. 191.

Terdapat beberapa karakteristik personal yang terdapat pada individu yang mengalami parasosial, yaitu:

1. Kepribadian. Individu yang memiliki kepribadian neurotik dan psikotik memiliki kecenderungan untuk mengidolakan secara berlebihan akan cenderung melakukan relasi parasosial (ilusi mengenai hubungan langsung antara seseorang dengan fitur media sebagai rekaan dari media masa).
2. Harga diri yang rendah. Individu yang memiliki harga diri yang rendah akan menemukan kesulitan untuk berkomunikasi langsung dengan orang lain, oleh karena itu mereka lebih memilih untuk menonton televisi dan menciptakan suatu hubungan dengan tayangan televisi yang mereka tonton.
3. Perbedaan individu dalam berempati. Empati dapat meningkatkan kecenderungan pemirsa televisi untuk mengenali dan berbagi pola pikir serta pengalaman emosional dengan karakter dalam media.
4. Individu yang tidak bisa keluar rumah. Mereka yang tidak bisa keluar rumah misalnya memiliki masalah kesehatan, biasanya tidak memiliki kesempatan untuk melakukan interaksi sosial dengan orang lain, sehingga memiliki kecenderungan untuk membentuk hubungan parasosial.
5. Tingkat pendidikan. Individu yang memiliki tingkat pendidikan yang lebih baik akan lebih sedikit membutuhkan hubungan parasosial karena individu yang lebih berpendidikan biasanya tak memiliki masalah dalam melakukan interaksi sosial dengan orang lain.
6. Jenis kelamin. Beberapa penelitian sebelumnya telah membuktikan bahwa perilaku parasosial lebih kuat dan lebih sering terjadi pada perempuan.²⁹

²⁹ Hoffner, *Attachment to media characters*. Encyclopedia of Communication and Information Vol 1. (New York: Macmillan Reference, 2002), hlm. 60-65.

C. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini sebagai sarana untuk menemukan sebuah informasi yang berkaitan dengan ketertarikan remaja terhadap budaya K-Pop. Menurut Winarko Surakhman menyatakan bahwa penelitian terdahulu ini disebut juga dengan penjelajahan sebagai dua langkah atau sebagai bahan perbandingan tentang langkah-langkah peneliti lain.³⁰

Selain sebagai tempat menemukan informasi, penelitian terdahulu juga sebagai alat pembanding untuk menemukan kesamaan dan perbedaan serta dapat mengetahui kelebihan dan kelemahan dari penelitian terdahulu, sehingga peneliti dapat menyempurnakannya. Untuk lebih memperjelas arah dari penelitian ini, peneliti juga membaca dan membandingkan studi terdahulu. Setelah membaca dan membandingkan beberapa kajian dan analisis dapat disimpulkan bahwa peneliti dalam meneliti ketertarikan remaja di Desa Pinang Sebatang Timur terhadap budaya K-Pop. Terlihat dari penelitian sebagai berikut:

1. Penelitian oleh Ayu

Penelitian dari Ayu Ika Dhanny (2018), Analisis Motivasi Penggemar Korean Pop dalam Membeli Replika Pakaian dan Aksesoris di *Online Shop* Instagram (Studi Analisis Pada Pembeli Di Akun Instagram @Milky_Kshop), Fokus penelitian ini adalah untuk menganalisis motivasi penggemar K-Pop dalam membeli replika pakaian dan aksesoris di *Online Shop* Instagram dan menganalisis motivasi para penggemar K-Pop yang membeli di @Milky_Kshop. Deskripsi kualitatif digunakan untuk menganalisis data. Teknik pemilihan informan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu purposive sampling. Sumber data dikelompokkan menjadi sumber data primer yang didapat melalui teknik wawancara kepada informan dan sumber data sekunder bersumber dari dokumentasi berupa arsip-arsip, serta dokumen-dokumen atau buku yang berhubungan dengan budaya K-Pop. Teknik pengumpulan data yang dipilih yaitu dengan

³⁰ Suharasmi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm. 7.

menggunakan metode wawancara dan observasi lapangan. Untuk teknik analisis menggunakan teknik kesimpulan atau verifikasi data merupakan hasil penelitian yang menjawab fokus penelitian berdasarkan hasil analisis data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) motivasi penggemar K-Pop membeli replika pakaian dan aksesoris di aplikasi Instagram karena penggemar K-Pop membutuhkan harga diri dan kepercayaan diri untuk mendapatkan pengakuan dari orang lain atas keterampilan mereka. Penggemar K-Pop yang membeli produk replika pakaian dan aksesoris di toko online merasakan manfaat bahwa barang yang dibelinya dapat digunakan dalam keadaan tertentu dan dapat menghilangkan kepenatan sehari-hari, (2) Motivasi penggemar K-Pop untuk membeli replika pakaian dan aksesoris di Milky_Kshop karena ingin membangun hubungan atau terhubung dengan penggemar K-Pop lainnya.

2. Penelitian oleh Anisa

Penelitian dari Anisa Nur Andina dengan judul Minat terhadap Musik Korea di Kalangan Remaja di Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat remaja Yogyakarta khususnya di wilayah Sleman dalam mengkonsumsi K-Pop. Penelitian ini melibatkan empat informan berusia 19 tahun ke atas dan dilakukan di wilayah Sleman, Yogyakarta. Setiap orang memiliki cara tersendiri dalam menggunakan musik K-Pop. Diketahui dari empat informan bahwa proses konsumsi berlangsung dengan membeli album, *merchandise* dan menonton konser. Pemilihan informan didasarkan pada uniqueness of the case (keunikan kasus). Teknik pengumpulan data yang dipilih adalah dengan menggunakan metode wawancara dan observasi lapangan. Penerapan teknik pemeriksaan data didasarkan pada sejumlah kriteria tertentu. Dalam penelitian ini, validitas dan reabilitas data akan digunakan oleh peneliti.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa informan memilih musik K-Pop untuk mendapatkan rangsangan emosional yaitu perasaan senang, marah, dan sedih saat mendengarkan musik K-Pop. Didapatkan pula stimulasi kognitif yaitu informan merasakan bahwa musik dapat menjadi sumber semangat dalam suasana hati yang tertekan dan dapat menjadi sarana untuk belajar bahasa asing yaitu bahasa Korea. Sedangkan untuk faktor situasional, informan mendapatkan banyak teman melalui hobi ini sehingga pertemanan merupakan satu-satunya faktor situasional yang dapat dimasukkan dalam penelitian ini.

3. Penelitian oleh Dina

Penelitian dari Dina Khairunnisa dengan judul Budaya K-Pop dan Kehidupan Sosial Remaja (Studi Kasus pada Mahasiswa Jurusan IPS Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh budaya K-Pop terhadap perilaku sosial Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Fakultas FITK Jurusan Pendidikan IPS. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif yang didukung oleh sumber data primer yaitu wawancara kepada delapan partisipan dan disertai dokumentasi kegiatan-kegiatan mereka seputar K-Pop.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya K-Pop dapat mempengaruhi interaksi sosial mahasiswa melalui gaya pertemanan yaitu budaya K-Pop membuat mahasiswa menghabiskan waktu dan juga berteman dengan mereka yang juga menyukai dunia K-Pop, berinteraksi dengan keluarga yaitu budaya K-Pop membuat mahasiswa cenderung lebih individual, hasrat dan prestasi belajar yakni budaya K-Pop mempengaruhi hasrat mahasiswa dalam belajar, menggunakan uang yakni budaya K-Pop membuat mahasiswa lebih boros dalam menggunakan uang. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta yang menyukai budaya Korean Pop. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan dokumentasi.

4. Penelitian oleh Inaya

Penelitian dari Inayatul Mahmudah dengan judul Dampak Budaya Korean Pop Terhadap Penggemar dalam Perspektif Keberfungsian Sosial (Studi Kasus Penggemar Korean Pop EXO Pada Komunitas maupun Non Komunitas di Yogyakarta). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak budaya Korean Pop terhadap penggemar dalam perspektif keberdungsian sosial (studi kasus penggemar Korean Pop EXO pada kounitas maupun non komunitas di Yogyakarta). Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Pengambilan informan menggunakan teknik purposive sampling dengan subyek utama admin komunitas, anggota komunitas dan non komunitas. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa dampak budaya Pop Korea terhadap penggemar yaitu adanya dampak positif dan dampak negatif. Dampak positifnya seperti menumbuhkan pemenuhan diri penggemar, mempererat hubungan sosial antar penggemar berkat keberadaan komunitas Korean Pop tersebut, memunculkan ide kreatif dari penggemar seperti memulai bisnis dan menjual barang-barang Korean Pop sehingga mereka mendapatkan penghasilan sendiri dan mampu memenuhi kebutuhan hidup mereka. Sedangkan dampak negatifnya adalah musik pop Korea dapat membuat seseorang melupakan dan mengesampingkan kehidupan nyata, mengalami kecemburuan yang tidak wajar, dan emosi yang tidak stabil.

5. Penelitian oleh Ida

Penelitian dari Ida Ri'aeni dengan judul Pengaruh Budaya Korea (K-POP) Terhadap Remaja di Kota Cirebon. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) bagaimana pengaruh budaya Korea (K-Pop) terhadap remaja Kota Cirebon, (2) bagaimana dampak yang ditimbulkan dari fanatisme budaya Korea (K-Pop) terhadap remaja Kota Cirebon. Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari dua sumber yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan

data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh budaya Korea (K-Pop) pada remaja di Kota Cirebon adalah bergabung dengan Komunitas Fans K-Pop seperti ARMYINA, ARMYCIR atau Grup Online. Kemudian, mengikuti aktivitas komunitas, atau informasi yang ada dalam grup tersebut. Para remaja juga menjadikan hal-hal berbau Korea seperti makanan Korea, *Merchandise* K-Pop, kedai makan Korea, dan sejenisnya sebagai hal yang patut untuk dicoba. Meski pada akhirnya, mereka mengaku lebih menyukai budaya Indonesia dan masih mengenal budaya lokal Cirebon yang populer seperti Tarling, Tari Topeng, Kesenian Sintren hingga Batik. Dampak fanatisme budaya Korea (K-Pop) pada remaja Kota Cirebon antara lain berdampak positif dan negatif. Menurut informan, dampak positif dari kesetaraan mereka dalam Komunitas K-Pop dan atau Grup Online K-Pop, adalah: (1) memberi motivasi dan semangat, (2) memiliki banyak hubungan pertemanan, (3) menghasilkan keuntungan dari penjualan online, (4) manfaat secara emosional. Sedangkan dampak negatifnya adalah: (1) kesehatan mata, (2) insomnia, (3) konsumtif, boros.

Tabel 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu

No	Nama, Judul, Tahun	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1	Ayu Ika Dhanny (2018), Analisis Motivasi Penggemar Korean Pop dalam Membeli Replika Pakaian dan Aksesoris di <i>Online Shop</i> Instagram (Studi Analisis Pada Pembeli Di Akun	Sama-sama membahas tentang Korean Pop di wilayahnya masing-masing dan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan datanya yang	Peneliti dalam penelitiannya berfokus pada remaja yang merupakan penggemar budaya K-Pop sedangkan beliau mengamati motivasi penggemar Korean Pop	1. Motivasi penggemar K-Pop membeli replika pakaian dan aksesoris di aplikasi instagram karena penggemar K-Pop membutuhkan penghargaan dan kepercayaan diri untuk mencapai

Lanjutan

	Instagram @Milky_Kshop), Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung Bandar Lampung.	sama juga	dalam membeli replika pakaian dan aksesoris di online shop. Lokasi penelitiannya pun juga berbeda, peneliti meneliti di Desa Pinang Sebatang Timur, Kec. Tualang, Kab. Siak, Prov. Riau sedangkan beliau di Bandar Lampung.	apresiasi dari orang lain atas kemampuannya. 2. motivasi penggemar K-Pop membeli produk replika pakaian dan aksesoris diMilky_Kshop karena ingin menjalin hubungan atau komunikasi dengan penggemar K-Pop lainnya.
2	Anisa Nur Andina (2013), Minat Terhadap Musik Korea di Kalangan Remaja di Yogyakarta, Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.	1. Sama sama membahas tentang permasalahan remaja yang memiliki ketertarikan terhadap budaya K-Pop. 2. Sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif.	1. Subjek dan lokasi penelitian berbeda. 2. Permasalahan yang diangkat berbeda.	Faktor yang mempengaruhi minat terhadap musik Korea di kalangan remaja Yogyakarta yaitu, (a) Stimulasi Emosional, meliputi: rasa senang, rasa marah, dan rasa sedih. (b) Stimulasi Kognitif, meliputi: mood dan bahasa asing. (c) Faktor Situasional.
3	Dina Khairunnisa (2019), Budaya K-Pop dan Kehidupan Sosial Remaja (Studi Kasus pada Mahasiswa Jurusan IPS Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan	1. Sama-sama meneliti tentang K-Pop (Korean Pop). 2. Sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data yang sama juga.	1. Subjek dan lokasi penelitian berbeda. 2. Permasalahan yang diangkat berbeda.	Budaya K-Pop dapat mempengaruhi interaksi sosial mahasiswa melalui gaya pertemanan yakni budaya K- Pop membuat mahasiswa lebih memilih bergaul atau berteman

Lanjutan

	Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta), Skripsi Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.			dengan mereka yang juga menyukai dunia K-Pop. Interaksi dengan keluarga yakni budaya K-Pop membuat mahasiswa menjadi cenderung lebih individual ketika tidak berada dilingkungan yang memang tidak ada yang menyukai budaya K-Pop termasuk di lingkungan keluarga.
4	Inayatul Mahmudah(2015), Dampak Budaya Korean Pop Terhadap Penggemar dalam Perspektif Keberfungsian Sosial (Studi Kasus Penggemar Korean Pop EXO Pada Komunitas maupun Non Komunitas di Yogyakarta).	1. Sama-sama membahas tentang K-Pop (Korean Pop). 2. Sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik analisis data yakni deskriptif kualitatif.	1. Subjek dan lokasi penelitian berbeda. 2. Membahas dampak budaya Korean Pop terhadap penggemar	Adanya dampak positif dan negatif yang berpengaruh pada penggemar baik yang tergabung dalam komunitas maupun non komunitas. Dampak positifnya yaitu meningkatkan aktualisasi diri atau pengembangan diri yang ada pada diri penggemar, mempererat hubungan sosial antar penggemar berkat keberadaan komunitas Korean Pop tersebut, memunculkan ide kreatif dari penggemar seperti memulai bisnis dan menjual barang-barang Korean Pop. sedangkan dampak negatifnya yaitu musik pop Korea dapat membuat

Lanjutan

				seseorang melupakan dan mengesampingkan kehidupan nyata, mengalami kecemburuan yang tidak wajar, dan emosi yang tidak stabil.
5	Ida Ri'aeni, dkk (2019), Pengaruh Budaya Korea (K-POP) Terhadap Remaja di Kota Cirebon. Jurnal Communications Vol. 1 No. 1 Januari 2019. Universitas Muhammadiyah Cirebon, Cirebon, Jawa Barat.	1. Sama-sama membahas tentang K-Pop (Korean Pop). 2. Sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. 3. Teknik pengumpulan data sama	1. Subjek dan lokasi penelitian berbeda. 2. Permasalahan yang diangkat berbeda	Pengaruh budaya Korea (K-Pop) terhadap remaja di Kota Cirebon adalah mengikuti aktivitas komunitas, atau informasi yang ada dalam grup tersebut. Para remaja juga menjadikan hal-hal yang berbau Korea seperti makanan Korea, <i>Merchandise</i> K-Pop, kedai makan Korea, dan sejenisnya sebagai hal yang menarik untuk dicoba. Meski pada akhirnya mereka mengaku lebih menyukai budaya khas Indonesia dan masih mengenal budaya lokal Cirebon yang populer seperti Tarling, Tari Topeng, Batik, dll.

Dari tabel di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat persamaan dan perbedaan yang tertera antara peneliti dengan peneliti yang lain. Adanya persamaan antara lain teknik dalam pengumpulan data penelitian yang digunakan, menggunakan metode *interview* atau wawancara secara mendalam dengan narasumber dan untuk pelengkapanya menggunakan dokumentasi kegiatan. Kemudian adapun perbedaan

terdapat pada permasalahan yang diangkat serta ada pula tujuan yang dipaparkan peneliti dan peneliti lain. Selain itu, subjek dan lokasi penelitian pun berbeda. Penelitian ini dipaparkan pada penekanan bagaimana ketertarikan remaja di Desa Pinang Sebatang Timur terhadap budaya K-Pop, serta untuk mengetahui bagaimana dampak dari ketertarikan remaja terhadap budaya K-Pop.

D. Paradigma Penelitian

Dari penjelasan landasan teori dan penelitian terdahulu yang telah tercantum diatas, maka terbentuklah suatu pemikiran yang berawal dari banyaknya para remaja yang tertarik hingga menggemari budaya K-Pop dikarenakan pada usia remaja lebih mudah menerima hal-hal baru yang mereka sukai contohnya budaya Korea yang dengan mudah mereka ketahui dengan teknologi dan media informasi yang saat ini semakin canggih, karena dengan handphone atau smartphone yang mereka miliki mereka dapat mengetahui apa yang mereka sukai tentang budaya Korean Pop tersebut.

Budaya K-Pop sangat disukai para remaja berawal dari melihat paras para artis K-Pop yang menawan, karena musik K-Pop dapat membawa semangat bagi para penggemarnya, serta para idol nya yang mampu membuat energi positif dan motivasi yang dapat disebarkan kepada para penggemarnya. Ketertarikan remaja terhadap budaya K-Pop ini memunculkan dampak positif dan negatif yang sangat terlihat. Dampak positifnya yaitu (1) para remaja penggemar budaya K-Pop menganggap idol K-Pop sebagai motivator dan penyemangat mereka, (2) dapat menambah wawasan terhadap budaya asing, (3) belajar menabung. Sedangkan dampak negatifnya adalah (1) menimbulkan perilaku konsumerisme atau hidup boros karena keseringan membeli pernak-pernik K-Pop yang kurang bermanfaat, (2) lupa waktu, karena terlalu terlena dengan menonton idol-idol K-Pop yang ada di sosial media.

Alur kerangka berfikir ketertarikan remaja terhadap budaya K-Pop dapat digambarkan secara praktis sebagai berikut :

Bagan 2.1 Paradigma Penelitian