

ABSTRAK

Maraknya Korean Pop (K-Pop) merupakan salah satu fenomena yang sedang digandrungi di kalangan remaja khususnya di kalangan Mahasiswa di Kota Bandung. Faktor pendukung dalam penyebaran budaya K-Pop ini adalah adanya arus globalisasi. Media adalah perangkat terpenting dalam mendimensikan budaya K-Pop kepada masyarakat secara global. K-Pop memperoleh dukungan melalui media dengan tujuan mendistribusikan produk budayanya kepada masyarakat secara global, salah satunya adalah masyarakat di Indonesia. Tidak adanya perhatian yang mendalam terhadap budaya Korea ini membuat K-Pop dengan leluasa mempengaruhi aspek-aspek dalam berperilaku beragama dan identitas budaya dari para penggemar.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana bentuk perilaku komunikasi mahasiswa penggemar K-Pop di kota Bandung. Selain itu, peneliti juga ingin mengetahui bagaimana perilaku beragama para mahasiswa saat sebelum dan sesudah menjadi penggemar K-Pop.

Penelitian ini berjudul **“Perilaku Komunikasi Antarbudaya Penggemar Kpop di Kalangan Mahasiswa Kota Bandung”**. Metode yang digunakan dalam penelitian ini pendekatan fenomenologi dan jenis penelitian kualitatif, lokasi yang digunakan untuk penelitian yaitu beberapa kampus berbeda yang berada di Kota Bandung seperti Universitas Pasundan, Universitas Padjajaran, Universitas Widyatama dan Universitas Katolik Parahyangan. Subjek yang digunakan dalam penelitian ini ialah mahasiswa penggemar K-Pop di Kota Bandung yang berusia 19-22 tahun. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Lalu analisis data yang digunakan menggunakan metode analisis Miles dan Huberman, dengan tujuan keabsahan data menggunakan triangulasi teknik.

Hasil dari penelitian ini menjelaskan adanya perilaku tertutup dan terbuka. Perilaku tertutup timbul karena adanya proses dalam mencari informasi dan juga kegiatan yang berkaitan dengan idola favorit mereka yang dijadikan panutan melalui internet. Perilaku yang terbentuk tidak dapat diamati secara langsung dan jelas oleh orang lain. Sedangkan perilaku terbuka timbul karena adanya reaksi setelah mendapat sebuah stimulus seperti sebuah kegiatan berinteraksi dengan sesama penggemar, meniru gaya berpakaian idol Korea, emnggunakan skincare atau makeup dari Korea, mencoba makanan khas Korea, mengoleksi album dan merchandise yang berkaitan dengan idola favorit mereka. Perilaku yang diperlihatkan telah menunjukkan aksi maupun praktek langsung dari individu tersebut. Perubahan dalam perilaku beragama yaitu tidak adanya perubahan dalam hal akidah dan ibadah karena menyukai K-Pop dan kewajiban mereka sebagai umat beragama merupakan dua keyakinan yang berbeda. Dalam perubahan pada akhlak, para informan menyebutkan bahwa setelah mengenal Kpop, mereka semakin tahu bagaimana bersikap sopan kepada yang lebih tua, dan juga lebih bisa menghargai pendapat orang lain. Selanjutnya perubahan dari segi muamalah dalam kehidupan sosial seperti mendapat lebih banyak teman, lebih berani dalam menyuarakan pendapat, dan menilai segala sesuatu dalam perspektif yang berbeda dalam beberapa permasalahan.

Kata Kunci : *Perilaku Komunikasi, Budaya K-Pop, Mahasiswa*

ABSTRACT

The rise of Korean Pop (K-Pop) is a phenomenon that is being loved by teenagers, especially among students in the city of Bandung. The supporting factor in the spread of K-Pop culture is the existence of globalization. Media is the most important tool in dimensioning K-Pop culture to the global community. K-Pop gains support through the media with the aim of distributing its cultural products to the global community, one of which is the people in Indonesia. This lack of deep concern for Korean culture allows K-Pop to freely influence aspects of religious behavior and the cultural identity of fans.

The purpose of this study is to find out how the form of communication behavior of K-Pop fan students in the city of Bandung. In addition, researchers also want to know how the religious behavior of students before and after becoming K-Pop fans.

This research is entitled "**Intercultural Communication Behavior of K-Pop Fans Among Students in Bandung City**". The method used in this research is a phenomenological approach and a type of qualitative research. The locations used for research are several different campuses in the city of Bandung, such as Pasundan University, Padjadjaran University, Widyatama University and Parahyangan Catholic University. The subjects used in this study were student K-Pop fans in the city of Bandung aged 19-22 years. Data collection techniques used are interviews, observation, and documentation. Then the data analysis used used the Miles and Huberman analysis method, with the aim of data validity using technical triangulation.

The results of this study explain the existence of closed and open behavior. Closed behavior arises because of the process of seeking information and activities related to their favorite idols who are used as role models through the internet. The behavior that is formed cannot be observed directly and clearly by others. Meanwhile, open behavior arises because of a reaction after receiving a stimulus such as an activity to interact with fellow fans, imitate Korean idol dress styles, use Korean skincare or makeup, try Korean specialties, collect albums and merchandise related to their favorite idols. The behavior shown has shown the action or direct practice of the individual. Changes in religious behavior, namely there is no change in terms of faith and worship because liking K-Pop and their obligations as religious people are two different beliefs. In terms of changes in morals, the informants mentioned that after getting to know K-pop, they know better how to be polite to their elders, and are also more able to respect the opinions of others. Furthermore, changes in terms of muamalah in social life such as getting more friends, being bolder in voicing opinions, and assessing everything from a different perspective on several issues.

Keyword : *Communication Behavior, K-Pop Culture, Student*

RINGKASAN

Munculna Korean Pop (K-Pop) mangrupa fenomena anu keur dipigandrung ku para rumaja hususna di kalangan mahasiswa di Kota Bandung. Faktor pangrojong sumebar budaya K-Pop nyaéta ayana globalisasi. Média mangrupikeun alat anu paling penting dina dimensi budaya K-Pop ka komunitas global. K-Pop meunangkeun pangrojong ngaliwatan média kalawan tujuan pikeun ngadistribusikeun produk budayana ka masarakat global, salah sahijina masarakat di Indonésia. Kurangna perhatian anu jero pikeun budaya Korea ngamungkinkeun K-Pop sacara bébas mangaruhan aspék paripolah agama sareng identitas budaya fans.

Tujuan tina ieu panalungtikan nya éta pikeun mikanyaho kumaha wangun paripolah komunikasi mahasiswa peminat K-Pop di Kota Bandung. Salian ti éta, panalungtik ogé hayang mikanyaho kumaha kabiasaan kaagamaan siswa saméméh jeung sabada jadi fans K-Pop.

Ieu panalungtikan dijudulan **“Paripolah Komunikasi Antarbudaya Penggemar K-Pop Di Kalangan Mahasiswa di Kota Bandung”**. Méthode anu digunakeun dina ieu panalungtikan nya éta pamarekan fénoménologis jeung jenis panalungtikan kualitatif. Lokasi anu digunakeun pikeun panalungtikan nyaéta sababaraha kampus anu béda-béda di Kota Bandung, saperti Universitas Pasundan, Universitas Padjadjaran, Universitas Widyatama jeung Universitas Katolik Parahyangan. Subjek anu digunakeun dina ieu panalungtikan nya éta mahasiswa peminat K-Pop di Kota Bandung umur 19-22 taun. Téhnik ngumpulkeun data anu digunakeun nyaéta wawancara, observasi, jeung dokuméntasi. Satuluyana analisis data anu digunakeun ngagunakeun métode analisis Miles and Huberman, kalawan tujuan validitas data ngagunakeun triangulasi teknis.

Hasil tina ieu panalungtikan ngajelaskeun ayana paripolah katutup jeung kabuka. Kabiasaan tertutup timbul lantaran prosés néangan informasi jeung kagiatan anu patali jeung idola karesepna anu dijadikeun panutan ngaliwatan internét. Paripolah anu diwangun teu bisa dititénan sacara langsung jeung jelas ku batur. Samentara éta, kabiasaan terbuka timbul alatan réaksi sanggeus narima stimulus kayaning hiji kagiatan pikeun berinteraksi sareng sasama fans, niru gaya pakéan idola Korea, make skincare atawa makeup Korea, nyoba specialties Korea, ngumpulkeun albeum jeung dagangan nu patali jeung idola favorit maranéhanana. Paripolah anu dipidangkeun parantos nunjukkeun tindakan atanapi prakték langsung individu. Parobahan kabiasaan kaagamaan, nya éta henteu aya parobahan dina hal iman jeung ibadah sabab mikaresep K-Pop jeung kawajibanana salaku umat beragama mangrupa dua kayakinan anu béda. Dina hal parobahan moral, informan disebutkeun yén sanggeus ngawanohkeun K-pop, maranéhna leuwih nyaho kumaha carana sopan santun ka sepuh, sarta ogé leuwih bisa ngahargaan pamadegan batur. Saterusna, parobahan dina hal muamalah dina kahirupan sosial saperti meunang leuwih loba babaturan, leuwih wani dina nyoarakeun pamadegan, jeung meunteun sagalana ti sudut pandang nu beda dina sababaraha masalah.

Kata Kunci : *Paripolah Komunikasi, Budaya K-Pop, Mahasiswa*