

## Reteritorialisasi Kelompok Penggemar Budaya Populer Korea: Reproduksi Identitas Terhadap Korean Wave

Ismadiyah Wulandari<sup>1</sup>, Tina Kartika<sup>2</sup>

Universitas Lampung

Email : <sup>1</sup>wdismadiyah@gmail.com, <sup>2</sup>tina.kartika@fisip.unila.ac.id

---

**Keyword :**

re-territorialization,  
identity, *Korean wave*

**Abstract.** Information technology and the role of the media encourage the emergence of cultures that are loved by many people around the world. Culture becomes a popular culture because of the contribution of mass media or new media. Korean culture is one of popular culture in Indonesia today. Various behaviors of Indonesian people mimic the culture in Korea, from the style of dress, lifestyle, hairstyle to even the style of speech sometimes imitating the cultural habits. In a world that has deterritorialized, new meanings shown locally because the existence of territorial not stay in one location. Deterritorialization contain reterritorialization with the relocation of meaning in different spaces and places than before. Through literature review and observation, the research aims to understanding formation identity process of Korean fandom (Korean wave) and its relevance to the reterritorialization's context of Korean fandom (Korean wave) in Lampung. The relocation of ke-Korea-an combined with territoriality requirement as part of the adaptation to location. This results in a number of locality such as the creation of local environment in Lampung. A scheme that can be displayed from this case is the negotiation of identity through the re-territorialization, cultural borrowing, fictive kinship as results of social boundaries from community with the production locality.

**Kata kunci :**

Reteritorialisasi,  
identitas kelompok,  
*Korean wave*

**Abstrak.** Teknologi informasi dan peran serta media mendorong munculnya budaya-budaya yang disukai oleh banyak orang di seluruh dunia. Budaya menjadi sebuah budaya populer karena adanya kontribusi dari media massa atau new media. Budaya Korea merupakan salah satu budaya populer di Indonesia saat ini. Beragam perilaku masyarakat Indonesia menirukan kebudayaan yang ada di Korea, mulai gaya berpakaian, gaya hidup, model rambut hingga gaya bicarapun terkadang meniru kebiasaan budaya tersebut. Dalam dunia yang mengalami deteritorialisasi, makna-makna baru ditampilkan secara lokal karena eksistensi teritorial tidak bertahan di satu lokasi. Deteritorialisasi memuat reteritorialisasi dengan relokasi makna di berbagai ruang dan tempat yang berbeda dari sebelumnya. Melalui kajian litelatur dan observasi, penelitian ini bertujuan memahami proses pembentukan identitas para penggemar Korea (Korean wave) serta relevansinya

terhadap konteks reteritorialisasi kelompok penggemar Korean (Korean wave) di Lampung. Relokasi gagasan ke-Korea-an dipadukan dengan kebutuhan teritorialitas sebagai bagian dari adaptasi lokasi. Hal ini menghasilkan sejumlah kelokalan seperti penciptaan lingkungan lokal di Lampung. Sebuah skema yang ditampilkan dari masalah ini adalah perundingan mengenai identitas diri melalui re-teritorialisasi, cultural borrowing, fictive kinship yang merupakan hasil dari batas-batas sosial masyarakat dengan produksi kelokalan.

## I. PENDAHULUAN

Di zaman globalisasi ini teknologi semakin berkembang. Globalisasi menjadikan interaksi antar warga di seluruh dunia bebas dan terbuka seakan batas dan jarak satu negara dengan negara lainnya menjadi sempit, dan hal itu salah satu dampak globalisasi yaitu perkembangan teknologi.

Teknologi informasi dan peran serta media mendorong munculnya budaya-budaya yang disukai oleh banyak orang di seluruh dunia. "Budaya yang disukai secara luas oleh banyak orang" disebut budaya populer, budaya pop/popular culture, atau budaya massa/mass culture (Storey, 2010). Budaya menjadi sebuah budaya populer karena adanya kontribusi dari media massa atau new media. Budaya Korea menjadi salah satu budaya populer di Indonesia saat ini. Beragam perilaku masyarakat Indonesia menirukan kebudayaan yang ada di Korea, mulai gaya berpakaian, gaya hidup, model rambut hingga gaya bicarapun terkadang meniru kebiasaan budaya tersebut. Bahkan budaya Korea juga dapat merubah hobi dan orientasi hidup seseorang (Armyla Sari, 2019).

Fenomena K-Pop adalah salah satu bukti bahwa masyarakat sedang mengalami gelombang Korea (Korean Wave) atau yang lebih dikenal dengan sebutan Hallyu. Istilah-istilah tersebut merujuk pada makna tentang pengaruh budaya modern Korea di negara-negara

yang ada di dunia termasuk Indonesia. Karena berbagai media massa dan masyarakat dunia pun tengah memperhatikan, dan membicarakan fenomena K-Pop. Hal tersebut tanpa disadari menjadikan mereka bagian dari korban industri media (Vani, 2013).

Demam korea sebenarnya menunjukkan cerminan identitas para penikmatnya. Keinginan untuk menonton, dari tempat mana pun, muncul tanpa paksaan. Penonton yang menyaksikan konser secara langsung di stadion, di rumah, atau di ruang terbuka memberikan dukungan kepada para idol-nya penuh kesadaran. Saat itu mereka sebenarnya dihadapkan pada sebuah kondisi penguatan identitas sosial budayanya (Irawan, 2018).

Dampak globalisasi membawa perubahan terhadap cara melihat, memahami, dan merasakan waktu, ruang, dan identitas seseorang. Menurut Appadurai (2004) hal ini berkaitan dengan banyaknya perspektif dari arus global yang bergerak melintasi batas-batas etnik dan negara. Arus global seperti media dan teknologi melintasi batas-batas itu melalui scapes hingga mengubah pemahaman terhadap waktu, ruang, dan identitas sebagai proses yang lebih cair, tidak teratur, dan beragam. Kini budaya global menampilkan sifat tidak statis, menekankan dimensi komparatif yang mengarah pada gagasan tentang kebudayaan sebagai perbedaan

(differences), deterritorialisasi, dan disjuncture.

Reteritorialisasi dan deterritorialisasi merupakan dua proses yang terjadi disaat bersamaan dalam budaya global. Ina dan Rosaldo (2010) menggambarkan reteritorialisasi sebagai proses untuk menorehkan ulang budaya ke dalam konteks ruang dan waktu yang baru, merelokasikan budaya ke dalam lingkungan kebudayaan tertentu. Hubungan antara budaya dan tempat-tempat tertentu mungkin saja melemah. Budaya akan menjadi tidak identik lagi dengan tempat tertentu, tapi bukan berarti budaya kehilangan tempat sama sekali. Budaya masih tetap memiliki eksistensi teritorial walaupun cukup tidak stabil (Watloly, 2012).

Proses yang melewati batas teritorial terjadi dalam waktu bersamaan dengan terciptanya makna teritorial. Pada saat proses yang terjadi secara bersamaan itulah muncul irisan-irisan. Deterritorialisasi selalu mengadung teritorialisasi dalam dirinya sendiri. Meskipun "de" bisa jadi memisahkan budaya dari tempat ke tempat lain, namun teritorialisasi menarik kembali kebudayaan dengan cara lain. Sehingga tidak ada deterritorialisasi tanpa beberapa bentuk reteritorialisasi. Tidak ada juga dislokasi tanpa beberapa relokasi. Serta tidak ada pencabutan terhadap makna keseharian dari tambatannya di lokalitas tertentu tanpa pengembalian mereka secara berbarengan ke dalam lingkungan baru.

Peredaran lintas batas yang terjadi dengan penggemar Korea atau Korean Wafe dapat dilihat dalam kerangka reteritorialisasi. Kelompok penggemar Korea menjadi batas-batas konteks fokus persebaran. Kelompok penggemar Korea secara bersamaan mengonsumsi dan memproduksi identitas dirinya melalui budaya Korea. Bauman (2010)

berpendapat bahwa konsumerisme bukan lagi tentang memuaskan kebutuhan, terlepas dari kebutuhan identifikasi atau menjamin diri ke tingkat "berkecukupan". Aktivitas konsumen tidak lagi mengatur kebutuhan yang terukur dan dapat diartikulasikan, tapi selalu menghindari dan berubah-ubah, dan pada intinya merupakan entitas non-referensial dari needs, motif yang tidak membutuhkan cause atau pembenaran lain.

Di dunia yang menhadapi deterritorialisasi, makna budaya baru ditampilkan secara lokal karena eksistensi teritorial tidak bertahan di satu lokasi saja. Deterritorialisasi memuat reteritorialisasi dengan relokasi makna di beragam ruang dan tempat yang berbeda dari sebelumnya. Misalnya Korean Wape yang mendunia karena melintasi batas-batas etnik dan negara, dan kelompok penggemar budaya Korea saat ini tidak lagi identik dengan asal idolanya (Wuryanta, 2012). Mereka menciptakan kembali teritorial di lokasi-lokasi tertentu yang menjadi konteks dari produksi identitas dan kelokalan mereka.

Konsumsi bisa saja menghasilkan kelokalan, tetapi kelokalan tidak hanya mengonsumsi namun juga memproduksi. Kelompok penggemar budaya Korea mengonsumsi berbagai macam atribut idolanya, mulai dari busana, model rambut, bahkan samapai ke gaya bicara. Dalam waktu yang bersamaan mereka juga memproduksi identitas dirinya melawati rangkaian praktik konsumsi yang mereka lakukan. Kelokalan memfokuskan sifat lokal yang diproduksi secara lokal untuk subjek lokal pula. Oleh karena itu, produksi kelokalan juga merupakan produksi identitas para penggemar Korea karena kelompok penggemar budaya Korea mengonstruksi makna baru melalui atribut-atribut yang mereka kenakan (Nursanti, 2013).

Seorang penggemar budaya Korea bisa

dikatakan sebagai konsumen modern apabila produksi simbol, citra, dan informasi yang mereka lakukan berkaitan dengan benda-benda elektronik. Perangkat elektronik ini tidak hanya berperan penting karena fungsi teknisnya sebagai media informasi, namun karena perannya juga sebagai communicator simbol dan citra. Gaya hidup penggemar Korea dapat memperlihatkan identitasnya dalam suatu kelas sosial tertentu. Di sisi lain peran kelompok juga merupakan penunjang penting dalam investasi sosial karena keanggotaan dalam suatu kelompok sosial mampu meningkatkan nilai sosial individual dan harga diri seseorang (Sari, 2012). Melihat permasalahan tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana produksi kelokalan yang diwujudkan oleh Korean wape? Dan apa hubungannya terhadap konteks reteritorialisasi kelompok penggemar Korea?

## II. METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian studi literatur dengan mencari referensi teori yang relevan dengan kasus atau permasalahan yang ditemukan. Referensi teori yang diperoleh berdasarkan studi literatur akan dijadikan sebagai landasan dasar dan alat utama untuk melaksanakan praktek penelitian di lapangan.

Studi literatur merupakan cara untuk menghimpun data-data atau sumber yang berhubungan dengan topik yang diangkat dalam suatu penelitian yang diperoleh dari berbagai sumber seperti jurnal, buku dokumentasi, internet dan pustaka. Jenis data yang digunakan penulis dalam penelitian studi literatur ini merupakan data primer dan melakukan observasi sebagai data sekunder (Annas, 2019).

Subjek dalam penelitian ini adalah kelompok penggemar "Budaya Korea di

Lampung". Berdasarkan himpunan informasi yang didapatkan, berbagai kelompok penggemar budaya Korea yang ada di Indonesia lainnya memiliki aktivitas yang serupa. Sehingga perbedaan penentuan subjek penelitian tidak berdampak signifikan terhadap masalah penelitian.

Kemudian data-data yang sudah diperoleh akan dianalisis menggunakan metode analisis deskriptif. Metode analisis deskriptif dilakukan dengan cara mendeskripsikan fakta-fakta yang kemudian disusun dengan analisis, tidak semata-mata menguraikan, melainkan juga memberikan pemahaman dan penjelasan secukupnya.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### Budaya Korea Wave di Lampung

Berkembangnya Korean Pop Culture di Indonesia diawali dengan munculnya drama seri *Endless Love* pada tahun 2002 di salah satu stasiun televisi swasta. Dengan menampilkan kemasan cerita yang apik, episode yang tidak terlalu panjang, serta penampilan menarik dari para aktor dan aktris yang berbakat. Hal itu yang membuat drama seri *Endless Love* menjadi awal pembuka masuknya Korean Pop Culture di Indonesia.

Film-film Korea yang tayang tersebut sudah memperoleh lisensi penjualan dari distributor resminya. Hal itu membuat film Korea mulai sejajar dengan berbagai film original Hollywood yang dipasarkan di Indonesia. Jika dilihat dari sisi lain, film Korea sebenarnya memiliki pangsa pasar tersendiri di Indonesia. Disadari atau tidak, sebagian masyarakat Indonesia sudah terparah pengaruh hallyu. Setelah fenomena hallyu membawa kesuksesan bagi drama Korea, sehingga Pemerintah Korea Selatan berkeinginan untuk

mengulang kesuksesan yang sama di bidang movie dan music Korean.

Korean Music atau yang lebih dikenal dengan Korea Pop (KPop) memperkenalkan budaya boyband dan girlband dengan kualitas yang tidak dapat diremehkan serta menua popularitas ke penjuru dunia. Di Indonesia sendiri, sangat banyak fanbase-fanbase K-Pop Idol baik di dunia maya maupun di dunia nyata. Hal itu terjadi, berkat kerjasama antar semua pihak yang terkait. Pengaruh Korean Pop culture dalam kehidupan masyarakat Indonesia meliputi segala aspek mulai dari musik, drama, fashion style, hair style, hingga Korean way of life. Fenomena tersebut bisa dilihat dari banyaknya jumlah fanbase para idol yang ada, baik di dunia maya maupun dunia nyata serta maraknya komunitas virtual pecinta Korea di Indonesia (Simbar, 2016).

Hal tersebut merupakan salah satu dampak dari pola konsumsi media internet yang dilakukan oleh sebagian besar masyarakat Indonesia, sehingga menjadi salah satu faktor penentu bagaimana Korean Wave bisa menyebarluas sampai akhirnya muncul sejumlah komunitas virtual yang anggotanya berasal dari penjuru kota yang ada di Indonesia. Tidak hanya itu, fenomena hallyu juga menjadi penyebab bagi para penggemarnya mengikuti segala hal yang berbau Korea. Hal tersebut semakin terlihat nampak jelas dari meningkatnya jumlah masyarakat Indonesia yang mempelajari bahasa Korea dan budaya Korea, juga semakin banyak restaurant Korea di Indonesia yang berkembang, fenomena itu menunjukkan bahwa semakin meningkatnya minat para pecinta Korea terhadap segala hal yang berbau Korea. Selain itu, segala hal yang berhubungan dengan artis-artis Korea juga diburu oleh para penggemarnya, hal ini terlihat dari banyaknya kegiatan gathering yang dilakukan oleh sesama penggemar

artis Korea, serta maraknya lomba cover dance dan idol star di Indonesia (Simbar, 2016).

Konsumsi budaya pop Korea di kalangan anak muda yang ada di wilayah Lampung bisa di bilang sangat kuat, hal itu terlihat dari hasil penelitian mengenai perilaku anak muda yang menggemari tayangan Korea baik melalui media elektronik seperti televisi atau yang di download secara rutin. Dan dapat dilihat bahwa penggemar tayangan Korea memiliki perilaku-perilaku tertentu. Alasan mengapa mereka senang menonton tayangan Korea di televisi karena wajah cantik dan tampan dari para idol, cerita perjuangan para idol untuk meraih kesuksesan, dan alur cerita yang tidak membosankan dalam drama atau film Korea serta acara-acara Korea dengan konsep baik.

Kegemaran mereka melihat tayangan Korea terus berkembang tidak hanya melalui televisi saja. Para penggemar budaya Korea juga senang melihat melalui internet maupun laptop dengan menyimpan berbagai soft file tentang tayangan Korea. Mereka biasa melihat tayangan Korea di televisi setiap hari, sedangkan melalui media lain, mereka bisa melihat kapan saja waktu yang mereka inginkan. Intensitas konsumsi tayangan Korea sangat tinggi.

Penggemar budaya Korea dilihat juga dari realitas internalnya, yaitu masyarakat yang terbentuk dari penyerapan kembali realitas objektif dan simbolik ke dalam individu melalui proses internalisasi. Yang mana kenyataan subjektif dilahirkan dari kesadaran individu untuk berinteraksi dengan orang lain. Kesadaran setiap individu selalu berdampingan dengan pengalaman. Individu yang mewakili identitas kelompoknya. Dimana identitas merupakan suatu fenomena yang timbul

dari dialektika individu di masyarakat (Kartika, 2012).

### **Faktor Penyebaran Budaya Korea (*Korean Wave*)**

Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi cepatnya budaya pop Korea masuk di kehidupan masyarakat. Dari hasil penelitian dengan beberapa informan penggemar Korea yang ada di Lampung, ada faktor-faktor pendorong bagi masyarakat untuk mengkonsumsi budaya pop Korea.

Globalisasi merupakan salah satu faktornya. Globalisasi berposes langsung melalui dua dimensi sekaligus, yaitu dimensi ruang dan waktu. Ditinjau dari dimensi ruang, melakukan interaksi atau komunikasi pada skala dunia akan semakin dipersempit jaraknya dan dari dimensi waktu semakin dipersingkat waktunya dalam berinteraksi dan berkomunikasi pada skala dunia. Fenomena globalisasi berlangsung dalam semua bidang kehidupan mulai bidang ideologi, politik, ekonomi, sosial budaya, pertahanan keamanan, hingga teknologi informasi dan komunikasi.

Perkembangan teknologi ikut serta mendorong perkembangan media. Adanya satelit, internet, handphone, komputer, menciptakan konvergensi media dan teknologi menjadi media baru (*new media*). Dengan adanya media baru ini memungkinkan untuk seluruh orang dari penjuru dunia dapat berkomunikasi dan bertukar informasi dengan mudah. Hal tersebut juga memudahkan setiap para penggemar budaya Korea untuk berkomunikasi, mendapatkan dan bertukar informasi dari berbagai tempat meskipun dengan jarak yang jauh.

Faktor kedua, juga dipengaruhi oleh para penggiat industri pop Korea yang sangat memahami keinginan pasar Asia. Industri entertainment Korea bersungguh-sungguh dalam memproduksi dan menyebarluaskan budaya pop Korea

hingga ke mancanegara, terutama di kawasan wilayah Asia. Produk budaya pop Korea menjadi sangat mudah disukai oleh para penggemarnya karena para penggiat industri disana, memproduksi budaya Korea dengan kualitas yang baik serta didukung oleh bintang yang rata-rata memang berpenampilan menarik. Misalnya film Korea yang terbukti bagus dari segi ide, alur penceritaan serta kualitas teknologi filming akan mampu membentuk basis penggemar yang kuat. Terdapat juga para pelaku grup musik Korea seperti boyband atau girlband yang penggemarnya jutaan jumlahnya, mereka melakukan yang terbaik untuk menghibur para penggemarnya. Bahkan sebelum menjadi idol mereka menjalani training bertahun-tahun.

### **Kelokalan *Korean Wave*: Melihat Ke Luar, Menciptakan Ke Dalam**

Globalisasi mengantarkan perubahan yang cukup signifikan terhadap cara orang melihat, memahami, dan merasakan waktu, ruang, serta identitas. Menurut Appadurai (2004) hal itu berkaitan langsung dengan banyaknya hasil perspektif arus global yang bergerak melewati batas-batas etnik dan negara. Arus global seperti media dan teknologi mampu melintasi batas-batas itu melalui cara pandang sehingga mengubah pemahaman orang terhadap waktu, ruang, dan identitas sebagai proses yang lebih lentur, tidak teratur, dan beragam. Dengan demikian budaya global menampilkan sifat tidak statis, menekankan dimensi komparatif yang mengarah pada gagasan tentang kebudayaan sebagai perbedaan (*differences*), *deteritorialisasi*, dan *disjuncture*.

Budaya global bukan sekadar *deteritorialisasi* tapi juga *reteritorialisasi*. Hal ini semacam aksi kembar yang menangkap sekaligus mengusung subjek budaya dan benda-benda dari lokasi asal

kemudian merelokasikan budaya dan benda-benda tersebut kedalam peraturan budaya baru. Budaya yang terdeteritorialisasi dan terpisah dari lokasi asalnya bukan berarti kehilangan teritorialnya sebagai makna dan ruang. Karena disebabkan dengan munculnya makna-makna baru di ruang baru. Proses yang melewati batas-batas teritorial terjadi secara bersamaan dengan terciptanya makna-makna teritorial. Jadi tidak ada deteritorialisasi tanpa beberapa bentuk reteritorialisasi. Tidak ada dislokasi tanpa beberapa relokasi.

### **Relokasi Budaya Penggemar dan Budaya Korea**

Upaya untuk mengidentifikasi budaya penggemar Korea dapat dimulai dengan mengidentifikasi sejumlah ciri dan sifat khas dari diri mereka. Kelompok penggemar budaya Korea (*Korean Wave*) merupakan salah satu dari deretan praktik-praktik konsumsi modern. Ciri yang paling mencolok dari praktik konsumsi adalah atribut-atribut yang ditampilkan oleh penggemar sebagai seorang konsumen. Konsumsi atribut atau barang merupakan realita akan interpretasi identitas dan konsumsi simbolik. Featherstone (2011) menggambarkan jika budaya konsumen bukan sekedar rekayasa permintaan dari efisiensi produk massal atau logika kapitalisme, namun juga berdasarkan produksi simbol, citra, dan informasi oleh kelompok-kelompok, strata, atau bagian-bagian kelas tertentu. Interpretasi identitas seorang penggemar didukung juga oleh *saleability* atau investasi nilai sosial individu berlandaskan kedudukannya di dalam sebuah kelompok sosial.

Penggemar budaya Korea awalnya muncul sebagai bentuk dukungan untuk para idol di Korea Selatan. Istilah *Korean wave* mengacu pada peredaran budaya Korea Selatan di seluruh dunia atau

kecintaan terhadap eksport budaya korea selatan. Produksi citra simbol, dan informasi mengenai budaya populer Korea melalui siaran konser, drama atau film menyebarkan gagasan tentang *Korean wave* ke ruang-ruang baru. Gagasan tentang *Korean wave* pun mengalami relokasi makna yang diadaptasi melalui keberadaan *new media*.

Kegiatan yang terjadi melalui *new media* (sosial media) berisi kiriman (*posting*) informasi tentang para idol mereka. Mereka saling berbagi informasi seperti jadwal konser musik atau tayangnya sebuah drama atau film, hasil *rating* yang diperoleh sebuah drama atau film beserta analisisnya. Ketika media sosial (*new media*) menjadi landasan utama yang melahirkan *Korean wave*, informasi yang dibagikan pun semakin beragam. Beragamnya informasi yang muncul membuat pengikut (*followers*) di sosial media yang berasal dari beragam wilayah semakin mengenali identitas dirinya.

Dalam pembahasan Ben Anderson (dalam Armstrong dan Mitchell 2012) tentang *imagined communities*, ia memaparkan bahwa kapitalisme cetak (*print capitalism*) bisa menimbulkan ikatan persaudaraan yang kuat antar anggota sebuah bangsa. Para individu yang menggambarkan dirinya sebagai salah satu anggota sebuah bangsa dapat merasakan ikatan persaudaraan setelah mengetahui jika keberadaan individu lain merupakan bagian dari diri mereka. *Imagined communities* memusatkan bahwa para anggota sebuah bangsa mungkin tidak pernah bertatap muka, namun tetap bisa menyampaikan gagasan kebangsaan melalui narasi simbolik.

Penggunaan teknologi internet melalui media sosial memungkinkan para pengikutnya membayangkan bahwa penggemar lainnya merupakan salah satu dari bagian diri mereka. Para *Korean wave*

menyadari jika ada kesamaan identitas antar mereka karena penyebaran narasi simbolik mengenai budaya populer Korea dan praksispraksis yang memperkuat kesamaan identitas mereka. Misalnya penciptaan suasana pada saat menyaksikan langsung konser musik yang diadakan oleh grup idol mereka, atau pada saat menonton drama korea yang ada di televisi.

### **Kekerabatan *Korean Wave*, Kekerabatan Orang-orang Kota**

Salah satu hal yang menarik di dalam dinamika penggemar Korea adalah upaya menerapkan konsep keluarga. *Korean wave* berupaya mengaplikasikan identitas kekeluargaan dalam hubungan sosial antar penggemar. Pengaplikasian yang dilaksanakan tidak luput dari terhalangnya pembauran antar penggemar. Hambatan pembauran ini menjadikan adanya proses identifikasi batas sosial terhadap sejumlah penggemar budaya Korea.

Menurut Parsudi Suparlan (2004:42-45), sebuah keluarga merupakan sebuah satuan kekerabatan dan juga sebuah satuan tempat tinggal serta kehidupan yang ada dalam sebuah komunitas atau masyarakat. Sebuah keluarga bisa terwujud karena adanya hubungan kelamin dan perkawinan. Berlandaskan bentuk yang paling dasar, sebuah keluarga terdiri dari seorang laki-laki dan seorang perempuan, ditambah dengan anak-anak mereka yang biasanya tinggal dalam satu rumah yang sama. Ciri seperti ini merupakan ciri keluarga inti. Mereka bisa menjadi sebuah keluarga yang luas apabila mengalami penambahan jumlah anggota keluarga yang hidup bersama di dalam sebuah rumah. Satuan kekerabatan juga memiliki fungsi dalam proses terwujudnya kelompok atau satuan-satuan sosial. Orang yang satu saudara cenderung membedakan diri dengan orang yang bukan saudara mereka, dan kecenderungan ini bisa

menjadi landasan untuk terwujudnya kelompok-kelompok kekerabatan.

Batas sosial dan kecenderungan untuk membedakan diri yang bisa dilihat dalam hubungan sosial antar *Korean wave* adalah hubungan antara penggemar aktif dengan penggemar pasif. Kategori aktif dan pasif ini mengacu pada *update* atau tidaknya seorang terhadap hal-hal yang berkaitan dengan budaya Korea saat ini. Apabila seorang penggemar *update* mengenai budaya populer Korea saat ini, maka ia akan lebih mudah mengenal para penggemar lainnya. Namun sebaliknya, apabila seorang anggota pasif meng-*update* maka ia akan mengalami kendala untuk bisa mengenal dan berhubungan dengan para penggemar lainnya.

Rujukan partisipatif dalam hubungan sosial para penggemar budaya Korea menunjukkan analogi terhadap definisi keluarga inti dan keluarga luas diatas. Apabila pola hubungan dalam sebuah keluarga inti menunjukkan bentuk dan sifat yang lebih personal di banding pola hubungan dalam keluarga luas, kategorisasi yang membedakan keduanya adalah hasil dari intensitas dan kualitas hubungan. Keluarga inti, yang terwujud dalam kategori anggota aktif, menampilkan bentuk hubungan lebih personal yang berasal dari proses pengenalan dan adaptasi terhadap anggota lain (sesama anggota keluarga inti) dalam waktu yang lama.

Dalam situasi masyarakat perkotaan, Suparlan (2010: 49) menjelaskan bahwa terdapat corak paradoks dalam pengaktifan jati diri keluarga dan kesukubangsaan. Menurutnya, masyarakat perkotaan yang heterogen biasanya mengadopsi budaya yang umum berlaku atau mengadopsi sejumlah unsur-unsur kebudayaan sukubangsa lain yang lebih dominan, namun tetap mengadopsi kebudayaan nasional Indonesia. Mereka juga mengadopsi unsur kebudayaan asing



sebagai produk dari intensifnya globalisasi melewati berbagai jalur media massa dan elektronika.

Penggemar budaya Korea cenderung merupakan masyarakat perkotaan yang berasal dari beragam sukubangsa. Konteks teritorial menjadi penting sebagai upaya pengaplikasian konsep kekeluargaan. Perbedaan latar belakang sukubangsa para penggemar budaya Korea menjadikan mereka tidak mengaktifkan jatidiri sukubangsa, melainkan mengadopsi budaya populer (*popular culture*) dari Korea. Menurut Richard Sennet (1978 dalam Bauman 2010), sebuah kota merupakan pemukiman manusia dimana orang-orang asing cenderung saling bertemu. Pertemuan ini mengalami proses lanjutan ketika orang-orang asing dipertemukan oleh gagasan teritorialitas dan konteks yang ditawarkan.

Ke-Korea-an juga merupakan bagian dari pendalaman unsur budaya populer melalui siaran televisi. Pada level ini terdapat semacam interkoneksi yang menghubungkan penggemar budaya Korea dari satu lokasi ke lokasi lainnya. Kelahiran *Korean wave* pun diawali dengan adanya koneksi internet melalui media sosial sehingga membuat para penggemar menyadari keberadaan satu sama lainnya. Kondisi seperti ini dikatakan Anthony Giddens (1991 dalam Ritzer dan Goodman 2010) sebagai transformasi identitas diri yang mengubah aspek-aspek intim dalam kehidupan pribadi menjadi sebuah relasi sosial yang cakupannya begitu luas. Hal ini membuat "diri" dan "masyarakat" saling tergantung dengan lingkungan global sehingga diri menjadi sesuatu yang direfleksikan, diubah, bahkan dibentuk.

### **Produksi Kelokalan *Korean Wave***

Para penggemar budaya Korea kerap kali bernyanyi, beraksi dengan sejumlah koreografi, menyalakan suar, dan

mengibarkan spanduk serta bendera saat menonton konser musik pop Korea. Perilaku seperti ini dapat disangkutkan dengan pemahaman *cultural borrowing* yang dipaparkan oleh Fredrik Barth (2010). Menurut Barth, pengelompokan seseorang di keanggotaan suatu kelompok etnik tertentu tergantung dengan kemampuannya untuk menampilkan sifat budaya kelompok tersebut. Sifat budaya yang beranekaragam menjadikan sejarah pembentukannya mempunyai hubungan dengan penambahan dan perubahan budaya. Masih menyangkut *cultural borrowing*, Barth menyatakan bahwa bentuk-bentuk budaya yang jelas akan menunjukkan adanya pengaruh ekologi.

Suatu kelompok etnik yang tinggal menyebar di daerah dengan lingkungan ekologi yang beragam akan menonjolkan perilaku berbeda yang sesuai dengan daerah tempat tinggalnya (*regional*), namun tidak merepresentasikan orientasi budaya yang berbeda. Penajaman mengenai ekologi bisa diartikan sebagai salah satu kebutuhan teritorialitas karena relokasi lingkungan yang dilakukan oleh *Korean wave Lampung*. Kebutuhan teritorialitas membuat *Korean wave Lampung* menampilkan variasi perilaku yang *regional*, atau menampilkan kelokalan.

Menurut Appadurai (2004), kelokalan layak dipandang sebagai sesuatu yang relasional dan kontekstual, serta bukan sebagai suatu yang skalar atau spasial. Kelokalan mengdung kualitas fenomenologis yang kompleks yang dibentuk oleh serangkaian tautan antar rasa kedekatan sosial, teknologi interaktivitas, dan relativitas konteks. Produksi kelokalan yang sudah lama dipelajari oleh antropolog (di pulau-pulau dan di hutan, desa-desa pertanian dan perkemahan perburuan) tidak hanya soal produksi subjek lokal seperti halnya

lingkungan yang sangat mengontekstualisasikan subjektivitas ini. Produksi subjek lokal tersebut seringkali dilihat sebagai praktik kosmologi ritual, akibatnya karakter aktif, disengaja, dan produktif mereka pun teralihkan.

Pengetahuan lokal mempunyai makna tentang memproduksi subjek lokal terpercaya maupun tentang memproduksi lingkungan lokal yang terpercaya seperti subjek yang terorganisasi dan dapat diakui. Dalam situasi seperti ini, prinsip pengetahuan lokal bukannya berbeda dengan pengetahuan lainn yang dianggap kurang lokal melainkan berdasarkan teleologi lokal dan etos. Artinya, pengetahuan lokal tidak hanya lokal dalam dirinya saja, namun juga lokal untuk dirinya sendiri. Idealnya lingkungan merupakan tahapan untuk reproduksi diri subjek lokal itu sendiri. Namun demikian, Appadurai menganggap proses tersebut berlawanan dengan gambaran negara atau bangsa yang mengonsep lingkungan menjadi contoh atas generalisasi tentang konseptual teritorial yang lebih luas lagi.

Produksi kelokalan memfokuskan bahwa pengetahuan lokal tidak hanya lokal dalam dirinya saja, melainkan juga lokal untuk dirinya sendiri. Kasus yang terjadi pada *Korean wave* menyiratkan bahwa produksi kelokalan mereka muncul sebagai interpretasi identitas diri mereka yang ditujukan untuk kebutuhan mereka sendiri. Hal ini dapat terlihat pada pengalaman salah satu penggemar budaya Korea di masa awal sebagai penggemar budaya Korea. Ia bertemu dengan orang asing yang sebelumnya hanya dikenal lewat sosial media saja. Keberanian dan keterasingan juga dialaminya saat hadir seorang diri dalam acara nonton konser bersama ribuan penggemar lainnya. Setelah mendaftarkan diri sebagai anggota kelompok idol tertentu, ia mulai berpartisipasi aktif dalam berbagai kegiatan klub tersebut.

## Pembahasan

Ruang perbaikan dan ekspresi diri melalui kegiatan konsumsi dilihat Bauman (2010:56-57) sebagai investasi dalam keanggotaan sosial. Masyarakat yang melukan konsumen investasi disebut dengan *saleability*, yaitu keterampilan untuk memperoleh kualitas yang sesuai dengan permintaan pasar, atau daur ulang kualitas yang sudah dimiliki menjadi komoditas sehingga permintaan dapat pergi atau diciptakan. Konsumsi investasi dalam segala hal menjadi penting untuk peningkatan nilai sosial individu dan harga diri seseorang.

Penekanan dalam diri semakin penting sebagai proses perubahan konteks ruang dan waktu yang terjadi dan berdampak kepada perubahan sosial. Sebagai halnya yang telah dijelaskan Calhoun (1994 dalam Castells 2010:6), representasi diri individu berhubungan dengan pluralitas identitasnya sebagai makhluk sosial. Calhoun juga mengatakan bahwa identitas merupakan sumber pemaknaan dan pengalaman individu karena merupakan proses konstruksi makna berdasarkan seperangkat alat kebudayaan yang menjadi prioritas dari segala sumber pemaknaan lain. Bagi Castells (2010:6-7), pemaknaan individual yang terjadi dalam identitas tidak sama dengan perannya karena peran didefinisikan sebagai norma yang distrukturkan oleh institusi dan organisasi masyarakat tertentu. Peran juga bisa memengaruhi perilaku seseorang berdasarkan negosiasi dan pengaturan antara orang itu dengan institusi dan organisasinya. Sederhananya bisa dikatakan bahwa identitas merupakan persoalan makna, sementara peran merupakan persoalan fungsi.

Metamofosis konteks ruang dan waktu seperti yang dikatakan Castells (2010) menghasilkan disjungsi sistematis antara lokal dan global yang dialami hampir semua individu dan kelompok sosial.

Anthony Giddens (1991 dalam Ritzer dan Goodman 2010) memandang bahwa transformasi identitas diri dan globalisasi merupakan dua kutub dialektika lokal dan global dalam kondisi modernitas tinggi. Kaitan antara diri dan lingkungan menjadi perhatian Appadurai terhadap dunia yang mengalami deterritorialisasi. Appadurai (2004) mencoba memperluas pemikiran tentang subjek lokal dan konteks lokal untuk membuat sketsa produksi kelokalan. Baginya kelokalan harus dilihat sebagai sesuatu yang relasional dan kontekstual bukannya sesuatu yang skalar atau spasial. Kelokalan memuat kualitas fenomenologis kompleks yang dibentuk oleh serangkaian tautan antara rasa kedekatan sosial, teknologi interaktivitas, dan relativitas konteks.

Pengetahuan lokal memiliki substansi tentang memproduksi subjek lokal terpercaya maupun tentang memproduksi lingkungan lokal yang terpercaya seperti subjek yang terorganisasi dan dapat diakui. Dalam konteks ini, prinsip pengetahuan lokal bukannya bertentangan dengan pengetahuan lainnya yang dianggap kurang lokal tetapi berdasarkan teleologi lokal dan etos. Artinya, pengetahuan lokal tidak hanya lokal dalam dirinya, tapi juga lokal untuk dirinya sendiri. Idealnya lingkungan merupakan tahapan bagi reproduksi diri subjek lokal itu sendiri. Namun Appadurai menganggap proses tersebut bertentangan dengan imaji negara-bangsa yang merancang lingkungan untuk menjadi contoh atas generalisasi tentang imajiner teritorial yang lebih luas.

Banyaknya displaced, deterritorialisasi, dan populasi transien saat ini merupakan ethnoscares yang bergerak dalam konstruksi kelokalan, sebagai struktur perasaan, menghadapi pengikisan, penyebaran, dan ledakan dari lingkungan sebagai formasi sosial yang koheren. Keterputusan antara lingkungan sebagai

formasi sosial dan kelokalan sebagai sifat kehidupan sosial ini bukan tanpa preseden historis mengingat perdagangan jarak jauh, paksaan migrasi, dan suaka politik sangatlah umum pada catatan sejarah. Sesuatu yang baru adalah keterputusan antara proses dan massa yang dimediasi wacana dan praktek (termasuk liberalisasi ekonomi, multikulturalisme, hak asasi manusia, dan tuntutan pengungsi) yang sekarang mengelilingi negara-bangsa. Keterputusan ini merujuk pada suatu konjungtural.

Appadurai (2004) mengaitkan krisis negara-bangsa dengan pergerakan etnik modern melalui sejumlah tautan. Pertama, semua negara-bangsa telah ditempatkan dan berkontribusi pada gagasan bahwa politik yang sah harus merupakan hasil dari sejumlah kekerabatan yang alamiah. Jadi, bahkan negara-bangsa yang mengalami krisis legitimasi dan menghadapi tuntutan kelompok migran, mereka bekerja dalam sebuah warisan nasional yang pemerintahannya sendiri harus bersandar pada beberapa jenis tradisi dari leluhurnya. Kedua, proyek-proyek tertentu dari negara-bangsa modern, mulai dari sanitasi untuk sensus, perencanaan keluarga untuk pengendalian penyakit, dan dari kontrol imigrasi terhadap kebijakan bahasa, telah terikat praktek-praktek fisik yang konkret (pidato, kebersihan, gerakan, kesehatan) hingga identitas kelompok skala besar, sehingga meningkatkan cakupan pengalaman potensial yang terwujud dari kedekatan kelompok. Akhirnya, dalam bentuk negara yang demokratis atau tidak demokratis, penyampaian hak secara lebih umum menjadi terkait erat dengan identitas skala besar ini.

Kelompok etnik dapat membayangkan masa depan mereka, tetapi mereka tidak mungkin melakukannya sesuka mereka. Sebagaimana negara kehilangan monopoli

mereka atas gagasan suatu bangsa, seluruh kelompok akan cenderung menggunakan logika bangsa ini untuk mengambil beberapa atau keseluruhan negara, maupun sebagian atau seluruh hak mereka dari negara. Logika ini melihat bahwa daya maksimum untuk mengerahkan tempat tubuh sesuai dengan negara, dalam proyek-proyek yang kita sebut etnik, seringkali tak dianggap sebagai hal yang berhubungan dengan atavisme (Appadurai 2004: 160).

Sejarah pembentukan suatu sifat budaya yang amat beragam (ethnohistory) berhubungan dengan penambahan dan perubahan budaya yang tak lepas dari peminjaman budaya (cultural borrowing). Hal ini mencakup budaya masa lalu yang tidak terdapat lagi di masa kini, karena perkembangan suatu kelompok etnik juga ditentukan oleh perubahan bentuk budaya. Sifat budaya yang menandakan sebuah kelompok etnik dapat berubah, demikian pula sifat budaya dari anggotanya dan bentuk tatanan kelompok; tetapi kenyataan adanya dikotomi yang melanjut antara para anggota kelompok dan dengan orang luar memungkinkan untuk kita menentukan sifat yang menetap, dan kemudian meneliti bentuk dan isi budaya yang berubah ini.

Mengidentifikasi orang lain sebagai bagian dari suatu kelompok etnik lain berarti menerapkan kriteria penilaian dan peradilan baginya. Dikotomisasi seseorang sebagai orang asing, atau sebagai bagian dari kelompok etnik lain, menyatakan adanya pembatasan dalam pengertian bersama, adanya perbedaan kriteria dalam mempertimbangkan nilai-nilai dan penampilan, serta adanya interaksi yang terbatas pada sektor-sektor yang diasumsikan mengandung pengertian yang sama dan diminati bersama. Hubungan antaretnik yang stabil membutuhkan adanya struktur interaksi, yaitu perangkat ketentuan yang mengatur

cara berhubungan dan memungkinkan adanya hubungan di beberapa bidang kegiatan, serta perangkat ketentuan tentang situasi sosial yang melarang adanya interaksi antaretnik di sektor lain. Kelompok penggemar budaya Korea memang tidak dapat secara langsung disamakan dengan kelompok etnik seperti uraian Barth. Namun demikian, pengaktifan identitas etnik dalam sebuah kelompok penggemar Korea membuat pembentukan suatu sifat budaya dalam kelompok etnik menjadi relevan dengan pembentukan sifat budaya dalam kelompok penggemar Korea. Melalui relevansi ini kita dapat membayangkan kelompok penggemar Korea sebagai bentuk lanjutan dari identitas kelompok etnik modern. Bentuk lanjutan dan bukannya perubahan radikal yang berujung pada penghilangan karakteristik pembentukan identitas kelompok etnik ini berkaitan dengan penekanan lokasi spasial dan kelokalan suatu kelompok penggemar Korea. Lokasi spasial kelompok penggemar Korea ini dapat menentukan produksi kelokalan yang mereka tampilkan. Dengan demikian, sebuah kelompok penggemar Korea yang berlokasi di Lampung akan menampilkan kelokalan sesuai dengan karakteristik lokasi mereka.

Lampung sebagai sebuah kota memuat corak masyarakat yang heterogen karena terdiri atas sejumlah sukubangsa. Setiap masyarakat lokal tidak lagi homogen sebagai sebuah masyarakat sukubangsa yang 'asli' setempat. Corak masyarakat semacam ini memiliki penjenjangan berdasarkan kesukubangsaan yang asli, yang setengah asli, dan yang asing. Masing-masing masyarakat sukubangsa mewujudkan hubungan-hubungan yang kemudian membentuk sebuah masyarakat sukubangsa yang lebih luas yang berbeda satu dan yang lainnya. Interaksi antar warga yang berbeda sukubangsanya biasa

terwujud dalam hubungan yang bersifat komplementer atau simbiotik. Dalam interaksi tersebut, para pelaku biasanya tidak mengaktifkan perbedaan identitas dengan status kesukubangsaan pelaku lain. Perbedaan ini dinafikan dalam bentuk persahabatan, pengangkatan saudara, atau perkawinan.

Uraian di atas menunjukkan sejumlah isu penting mengenai proses identifikasi seorang penggemar budaya Korea. Isu reteritorialisasi identitas menyebarkan gagasan tentang penggemar budaya Korea dari tempat aslinya di Korea Selatan ke ruang-ruang baru yang diadaptasi dalam berbagai bentuk. Berawal dari suka melihat tayangan di media sosial atau mengisi waktu luang, gagasan tentang Korean Wave kemudian direalisasikan melalui pembentukan kelompok penggemar budaya Korea atau demam budaya Korea.

Keberadaan kelompok memberikan ruang sosial tambahan untuk berbagi identitas dan ekspresi dukungan. Ekspresi-ekspresi militan yang muncul diadaptasi oleh kelompok melalui bermacam kreasi sehingga menampilkan sifat kelokalan. Identifikasi diri seorang Korean Wave mengalami perluasan dengan sesama Korean Wave dalam kelompok. Pemaknaan seorang Korean Wave kemudian mengidentifikasi batas-batas sosial dirinya dalam kelompok. Dinamika ini menyiratkan isu mengenai pemaknaan kelompok sebagai sebuah keluarga besar. Dengan demikian bentuk-bentuk penguatan identitas dalam Korean Wave Lampung tidak hanya dilakukan melalui praktik-praktik mendukung atau menggemari budaya Korea. Penguatan identitas juga dilakukan dengan menerapkan konsep keluarga atau kekerabatan dalam hubungan sosial antar anggotanya.

#### IV. KESIMPULAN

Dalam sistem semiotik global, setiap tindakan konsumsi merupakan perihal pilihan komunikasi dan artikulasi (Sandvoss 2011:101). Kelompok penggemar budaya Korea terintegrasi secara tegas dalam lingkup pertukaran semiotik global. Mereka mengartikulasikan nilai-nilai dan keyakinan mereka dalam wacana ruang publik melalui pola-pola konsumsi. Partisipasi aktif ini menjadikan mereka sebagai anggota dari masyarakat yang tidak memiliki tautan tunggal di satu tempat (satu teritorial atau satu lokasi). Tautan tersebut digantikan oleh keterkaitan kompleks antara dimensi lokal dan global yang menjadikan mereka sebagai masyarakat deteritorial.

Berdasarkan pendapat Appadurai (2004) bahwa deteritorialisasi sering memunculkan reteritorialisasi melewati relokasi makna, partisipasi penggemar Korea terjadi secara bersamaan dalam tautan global (melampaui batas-batas teritorial) melewati penciptaan makna-makna teritorial yang baru. Kemampuan menciptakan (merelokasi) sejumlah makna dimungkinkan karena refleksi diri seorang penggemar dalam serangkaian tautan rasa kedekatan sosial, teknologi interaktivitas, dan relativitas konteks yang oleh Giddens (1991 dalam Ritzer dan Goodman 2010) disebut sebagai proses masuknya modernitas ke dalam inti diri. Refleksivitas modernitas menjadi proyek reflektif diri sehingga diri menjadi sesuatu yang direfleksikan, diubah, bahkan dibentuk. Dengan demikian, relokasi makna melalui serangkaian tautan tersebut menunjukkan pula suatu kelokalan yang dimunculkan oleh diri.

Ke-Korea-an juga bagian dari penyerapan unsur budaya populer melalui siaran televisi. Pada tahap ini ada semacam interkoneksi yang menghubungkan

penggemar budaya Korea di satu lokasi dengan lokasi-lokasi lainnya. Kelahiran Korean Wave pun diawali koneksi internet melalui website dan media sosial lainnya yang membuat para peserta menyadari keberadaan peserta lainnya yang sesama Korean Wave. Kondisi ini disebut Anthony Giddens (1991 dalam Ritzer dan Goodman 2010) sebagai transformasi identitas diri yang mengubah aspek-aspek intim dalam kehidupan pribadi menjadi sebuah relasi sosial yang cakupannya begitu luas. Hal ini membuat “diri” dan “masyarakat” saling terkait dalam sebuah lingkungan global sehingga diri menjadi sesuatu yang direfleksikan, diubah, bahkan dibentuk.

Sebagai bagian dari masyarakat yang memiliki corak paradoks dalam pengaktifan jatidiri keluarga dan kesukubangsaannya (Suparlan 2010: 49), Korean Wave mengadopsi unsur budaya populer. Pengadopsian itu menyiratkan suatu reproduksi kelokalan terhadap batas-batas sosial (social boundaries) dan teritorial budaya Korea yang sebelumnya skalar menjadi relasional dan mencirikan bentuk paling lokal dari pengetahuan lokal penggemar budaya Korea. Sebuah skema yang dapat digambarkan dari kasus ini adalah negosiasi identitas melalui de/re-teritorialisasi, cultural borrowing, fictive kinship hasil batas-batas sosial masyarakat dengan produksi kelokalam.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Annas, W. F., & Rizal, D. A. (2019). Pemanfaatan Media Baru Sebagai Media Bisnis. *Mabsya: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 1(1), 99-115.
- Appadurai, A. (2004). *Modernity At Large: Cultural Dimensions Of Globalization* (Vol. 1). U of Minnesota Press.
- Armyla Sari, Dian. Hesti Asriwandari. (2019). “Korean Pop (K-Pop) dan Ekspresi Identitas Diri Anggota Fansclub K-Pop di Pekanbaru”. *Jurnal Online Mahasiswa Universitas Riau*. 6 (2)–Desember 2019.
- Armstrong, G. and J.P. Mitchell. (2012). *Global and Local Football: Politics and Europeanisation on The Fringes of The EU*. London and New York: Routledge:
- Barth, F. (2010). *Kelompok Etnik dan Batasannya/Ethnic Groups and Boundaries*, Penerjemah Nining I. Soesilo, Jakarta: UI-Press.
- Bauman, Z. (2010). *Liquid Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Castells, M. (2010). *The Power of Identity (The Information Age: Economy, Society, and Culture) 2<sup>nd</sup>* (ed.), Oxford: Wiley-Blackwell.
- Creswell, J.W. (2013). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, 2<sup>nd</sup>. Thousand Oaks, London, and New Delhi: Sage Publications.
- Featherstone, M. (2011). *Consumer Culture and Postmodernism*. London: Sage Publications.
- Inda, J. X., & Rosaldo, R. (Eds.). (2010). *The anthropology of globalization: A reader* (Vol. 1). Oxford: Blackwell Publishers.
- Irawan, A. W., Mappiare-AT, A., & Muslihati, M. (2018). Identitas Sosial Remaja Suku Mandar dalam Pappasang: Implikasi bagi Penyusunan Bahan Bimbingan. *Jurnal Kajian Bimbingan dan Konseling*, 3(4), 171-181.
- Kartika, T. (2012). “Pola Komunikasi Etnis Besemah (Kajian Etnografi Komunikasi Pada Kelompok Etnis di Pagaralam Sumatra Selatan)”. *Kom & Realitas Sosial*, 4(4).
- Nursanti, M. I., & Lukmantoro, T. (2013). Analisis Deskriptif Penggemar K-pop sebagai Audiens Media dalam Mengonsumsi dan Memaknai Teks Budaya. *Interaksi Online*, 2(2).

- Ritzer, G. dan D.J. Goodman. (2010). *Teori Sosiologi: Dari Teori Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Mutakhir Teori Sosial Postmodern*. Penerjemah Nurhadi, Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Sandvoss, C. (2011). *A game of Two Halves: Football Fandom, Television and Globalisation*. London: Routledge.
- Sari, R. P. (2012). "Fandom dan Konsumsi Media: Studi Etnografi Kelompok Penggemar Super Junior, ELF Jogja". *Jurnal Komunikasi*, 6(2), 79-90.
- Simbar, F. K. (2016). "Fenomena Konsumsi Budaya Korea pada Anak Muda di Kota Manado". *HOLISTIK, Journal Of Social and Culture*.
- Storey, John. (2010). *Pengantar Komprehensif Teori dan Metode: Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*, Yogyakarta: Jalasutra.
- Suparlan, P. (2004). *Hubungan Antar-Sukubangsa*. Jakarta: Penerbit YPKIK.
- Vani, A. S. (2013). *Pengaruh Budaya K-Pop Terhadap Sikap Remaja Surabaya (Studi Deskriptif Kuantitatif Tentang Pengaruh Budaya K-Pop di Televisi Terhadap Sikap Remaja di Kota Surabaya)* (Doctoral dissertation, Faculty of Social Sciences and Political Science).
- Watloly, A. (2012). Konsep Diri Masyarakat Kepulauan. *Jurnal Filsafat*, 22(2), 120-148.
- Wuryanta, E. W. (2012). Di antara Pusaran Gelombang Korea (Menyimak Fenomena K-Pop di Indonesia). *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 79-94.