

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Fenomena globalisasi gelombang budaya populer Korea Selatan atas K-Wave berkembang secara pesat di kancah International. Berdasarkan data Korea Culture & Tourism Institute pada tahun 2023, pendapatan global industri populer Korea Selatan mencapai sekitar 1,24 triliun KRW (*Korean Won*) dan mengalami peningkatan sebanyak 34,4% jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Data ini menunjukkan, jika perkembangan gelombang budaya Korea di kancah Internasional sangat pesat dan menjadikan gelombang budaya Korea Selatan ini menjadi fenomena yang mendunia.

**Tabel 1. 1 Pendapatan Global Gelombang Budaya Populer Korea Selatan**

| Sektor                   | Pendapatan (miliar KRW) | Presentase |
|--------------------------|-------------------------|------------|
| Konser Internasional     | 588,5 Miliar KRW        | 47,5%      |
| Penjualan Album Fisik    | 388,9 Miliar KRW        | 31,4%      |
| Layanan <i>Streaming</i> | 260,3 Miliar KRW        | 21,0%      |

Sumber: Olahan peneliti berdasarkan Korea Culture & Tourism Institute (2023)

Dari data yang diambil oleh GoodStats berdasarkan Press Conference K-Festival 2024 pada Senin, 23 September 2024 oleh KCCI atau Korean Cultural Center Indonesia, perkembangan budaya Korea di Indonesia mulai diterima baik oleh masyarakat dan semakin berkembang melalui berbagai program yang dilakukan oleh pemerintah Korea Selatan untuk menyebarluaskan budaya Korea di dunia. Melalui laporan *Music Concert Trends & Fan Behaviors 2024* oleh Jakpat, berdasarkan survei terhadap 2.131 responden di wilayah Jawa dan Bali dengan margin of error di bawah 5%, mengungkapkan meningkatnya ketertarikan kalangan muda terhadap K-pop. Sekitar 23% generasi Z menyatakan bahwa mereka menyukai artis K-pop, dan 21% responden lainnya juga menyebutkan minat terhadap musik dari musisi Korea. Secara keseluruhan, K-pop berada di posisi ketiga dalam daftar genre musik paling digemari dengan angka 31%, setelah genre pop (71%) dan dangdut (34%). Meskipun bukan yang paling dominan, tren ini menunjukkan bahwa K-pop terus memperluas pengaruhnya di industri musik Indonesia.

**Tabel 1. 2 Pertumbuhan Budaya Populer Korea di Indonesia**

| Aspek                                         | Data dan Presentase                                                                                                                        | Sumber           |
|-----------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| Ketertarikan terhadap budaya Populer Korea    | Indonesia menempati posisi pertama sebagai negara dengan tingkat ketertarikan tertinggi terhadap budaya Korea, presentase 86,3%            | GoodStats (2024) |
| Popularitas budaya Populer Korea di Indonesia | Genre musik K-Pop menempati urutan ke-3 dalam tangga musik paling populer di Indonesia setelah genre POP dan Dangdut dengan presentase 31% | GoodStats (2024) |

Sumber: Olahan peneliti berdasarkan data GoodStats (2024)

Perkembangan gelombang budaya Korea di kancah internasional, telah menciptakan dua arus budaya besar, yaitu K-Pop (Korean Pop) dan K-HipHop (Korean Hip-Hop). Kedua genre ini berkembang tidak hanya sebagai industri hiburan, tetapi juga dengan tujuan lainnya, Kim (2013) mendefinisikan K-Pop idol sebagai penyanyi yang dibentuk oleh agensi hiburan Korea Selatan melalui sistem pelatihan yang intensif dan terstruktur atau biasa disebut dengan sistem *trainee*. Idola K-Pop dipromosikan melalui media massa seperti televisi, radio, hingga sosial media dengan tujuan untuk memperkenalkan budaya Korea Selatan di kancah internasional dan menarik perhatian serta atensi masyarakat secara global. Menurut Jin (2016), Idola K-Pop adalah penggambaran budaya Korea Selatan dalam dunia globalisasi yang kemudian dipasarkan secara global ke pasar internasional melalui berbagai media modern termasuk sosial media.

**Tabel 1. 3 Perbedaan Budaya K-Pop dan K-HipHop**

| NO. | Budaya K-Pop                                                                                                         | Budaya K-HipHop                                                                                                                                                               |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1   | Berorientasi pada standar industri hiburan Korea yang ketat dan terstruktur dibawah peraturan agensi dan pemerintah. | Mengedepankan pada kebebasan bereskpresi dalam seni dan tidak terikat oleh peraturan ketat agensi. Musisi K-HipHop cenderung memiliki kontrol lebih besar dalam karya mereka. |

|   |                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2 | Hadir sebagai media pemerintah dalam menyebarkan budaya, propaganda, dan menjadikan idola K-Pop sebagai <i>brand ambassador</i> negara.                                                                                     | Hadir sebagai bentuk kritik terhadap pemerintah, menyuarakan isu – isu pro-rakyat dan sebagai bentuk perlawanan musisi dalam bentuk seni.                                                                                                                                                                        |
| 3 | Idola K-Pop tidak bisa dengan bebas menyuarakan isu – isu yang dianggap kontroversial seperti politik, gesekan budaya, bahkan kemanusiaan.                                                                                  | Musisi K-HipHop cenderung lebih bebas menyuarakan pendapat dan menanggapi isu-isu kontroversial seperti politik dan kemanusiaan.                                                                                                                                                                                 |
| 4 | Interaksi dengan fandom cenderung berorientasi pada komodifikasi penggemar dalam bentuk <i>fanmeeting</i> , <i>fan video call</i> , berlangganan <i>bubble</i> dan <i>weverse</i> atau aplikasi penggemar berbayar lainnya. | Interaksi dengan fandom cenderung lebih intens dan dalam, namun tetap menjaga batasan antara musisi dan fandom. Interaksi antar musisi dan fandom cenderung gratis dan dapat dijangkau dengan mudah melalui sosial media seperti <i>live streaming</i> pada aplikasi Instagram dan <i>space</i> pada aplikasi X. |

Berbeda dengan K-Pop, Secara historis, KHH atau Korean Hip-Hop dapat dikatakan sebagai salah satu pergeseran budaya di Korea ke arah global namun tetap dengan mempertahankan nasionalisme Korea Selatan. Penjelasan ini juga selaras dengan pandangan Epstein dan Shin (2014) yang melihat evolusi Korean Hip-Hop sebagai sebuah konteks globalisasi dan akulturasi budaya. Mereka menyoroti dan melihat KHH sebagai akulturasi budaya dan pengaruh hip-hop Amerika dengan elemen lokal Korea Selatan seperti bahasa, isu sosial, dan identitas budaya. Menurut mereka, kehadiran genre musik KHH dalam industri musik Korea Selatan berperan sebagai medium untuk generasi muda Korea Selatan mengekspresikan identitas, resistensi, dan kesadaran sosial mereka. KHH menurut Lee (2016) merupakan bentuk ekspresi kreatif dari para seniman dan artis korea dalam mengkritik dan mempertanyakan isu-isu sosial, ketidaksetaraan, kapitalisme, serta permasalahan sosial lainnya. Menurutnya, KHH menjadi ruang bagi generasi muda Korea Selatan,

khususnya seniman dalam mengekspresikan kekesalan, rasa frustrasi dan putus asa terhadap sistem sosial Korea Selatan, namun tetap dalam batas yang mampu diterima oleh pasar musik Korea Selatan.

**Tabel 1. 4 Perbedaan Budaya Fandom K-Pop dan K-HipHop**

| NO | Budaya Fandom K-Pop                                                                                                   | Budaya Fandom K-HipHop                                                                                                        |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Bentuk interaksi sosial: <i>fan gathering, birthday project, screening project, poca date, dance cover event</i>      | Bentuk interaksi sosial: <i>gathering, clubbing, K-Night Party, noraebang.</i>                                                |
| 2  | Sensitif terhadap isu kontroversial seperti kencan, pernikahan, merokok, alkohol, <i>clubbing</i> , dan lainnya       | Cenderung flaksibel terhadap isu kontroversial seperti kencan, pernikahan, merokok, <i>clubbing</i> , dan lainnya             |
| 3  | Tidak sedikit penggemar fandom K-POP penganut <i>bias is mine</i> , atau idola hanya untuk dirinya                    | Memiliki batasan dan boundaries terhadap kehidupan pribadi idola dan menganggap idola sebagai manusia biasa                   |
| 4  | Cenderung konsumtif, membeli album, <i>lightstick</i> , <i>photocard</i> , mengikuti beragam <i>fanmeet</i> , konser. | Pembelian album bukan menjadi prioritas utama, lebih sering berinteraksi dengan idola melalui media sosial                    |
| 5  | Memiliki budaya <i>fanchant</i> , <i>fancam</i> , warna fandom, dan lainnya                                           | Tidak terlalu mementingkan budaya <i>fancam</i> dalam konser, cenderung menikmati konser dengan cara bernyanyi bersama Musisi |
|    | Fandom memiliki kontrol sosial dan normatif yang kuat dalam karir idola                                               | Fandom memiliki kontrol sosial dan normatif yang cenderung lebih fleksibel                                                    |

Perbedaan nilai budaya ini turut tercermin dalam pola perilaku fandom. Fandom sendiri didefinisikan sebagai kelompok penggemar yang memiliki ketertarikan kuat terhadap subjek budaya populer tertentu, seperti idola, musik, film, atau genre hiburan lainnya, yang memungkinkan mereka untuk membentuk ikatan sosial, berbagi

pengalaman, serta berpartisipasi dalam kegiatan yang terkait dengan objek yang mereka kagumi (Jenkins, 2006). Fandom bukan hanya mencerminkan ketertarikan terhadap produk budaya tertentu, tetapi juga menciptakan identitas sosial dan kultural bagi anggotanya. Sebagai sebuah subkultur, fandom melibatkan aspek emosional dan sosial yang dalam, termasuk interaksi antarindividu yang memperkuat ikatan mereka terhadap budaya populer tersebut. Sandvoss (2005) mendefinisikan fandom sebagai bentuk hubungan emosional yang kuat antara penggemar dan objek kegemaran mereka, seperti selebriti, penyanyi, grup sepak bola, dan lainnya. Fandom dianggap sebagai cerminan dari budaya komunitas penggemar serta objek kegemaran yang saling berkesinambungan dan terkait satu sama lain yang berbeda dengan fandom lainnya.



**Gambar 1. 1 Budaya Fandom K-Pop NCTZEN**

Sumber; [Instagram.com/nctzenbandung](https://www.instagram.com/nctzenbandung)

Beberapa budaya fandom K-Pop yang sering dilakukan adalah budaya memperingati hari ulang tahun para anggota grup kegemaran mereka, membuat *event dance cover competition*, *event norebang* atau karaoke, menonton tayangan konser bersama atau biasa disebut dengan *screening*, hingga menyiapkan *project* untuk menyambut kehadiran idola saat berkunjung atau melakukan konser di suatu wilayah. Dalam fandom K-Pop, terdapat budaya menarik yang menjadi ciri khas dan identitas dari setiap fandom K-Pop, yaitu penggunaan kode busana berdasarkan warna fandom masing – masing, seperti warna pink pastel dan biru langit yang menjadi simbol fandom CARATZ, hijau neon sebagai simbol fandom NCTZEN, serta penggunaan lightstick sebagai bagian dari identitas fandom. Fandom K-Pop menjunjung tinggi norma dan budaya, termasuk budaya mengenai tindak penolakan terhadap artis maupun idola yang terlibat kasus kontroversial seperti kencan, merokok,

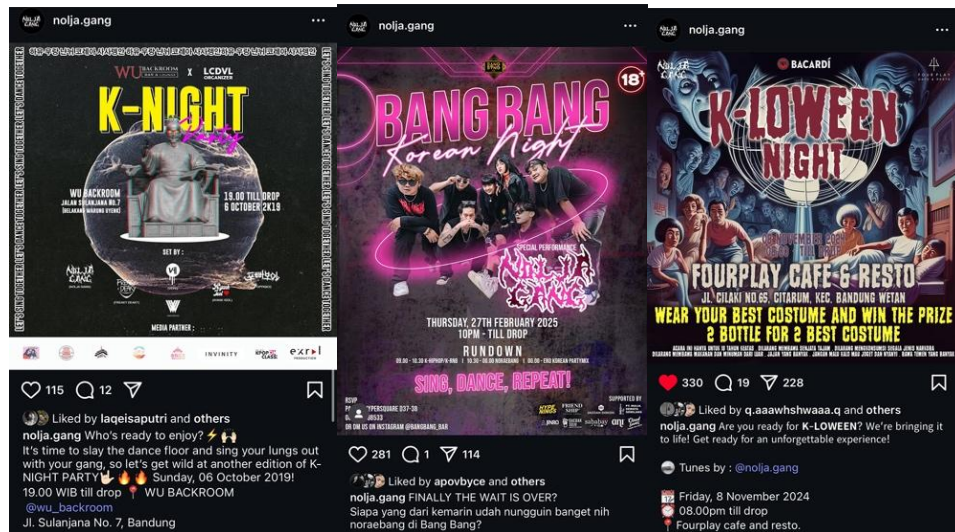
mengonsumsi minuman beralkohol, serta tindakan kontroversial lainnya yang dilakukan oleh idola mereka. Walaupun memiliki loyalitas dan royalti yang tinggi, fandom K-Pop juga memiliki kontrol dan sosialisasi normatif dalam komunitas. Ketika idola melanggar nilai yang dianggap penting oleh fandom, fandom memiliki kekuatan yang dapat berpengaruh terhadap karier idola.



**Gambar 1. 2 Potret Kegiatan Fandom KHH yang Menikmati Kebersamaan di Club Malam**

Berbeda dengan budaya K-Pop, dalam budaya fandom KHH terdapat salah satu budaya yang tidak biasanya dimiliki oleh fandom K-Pop yaitu *Korean Night Party* atau *K-Night Party*. Seperti namanya, *K-Night party* merupakan sebuah kegiatan pesta di *club* malam dengan tema acara dan lagu yang dibawakan DJ merupakan lagu-lagu bergenre KHH dengan diselangi beberapa musik K-Pop. Selain menikmati alunan musik DJ, para anggota fandom juga saling berinteraksi dan bercengkrama satu sama lain. Selain itu, dalam acara kegiatan *K-Night party*, para anggota fandom biasanya melakukan sesi *open table* dan buka botol sebagai kegiatan utama pada saat *K-Night party*. Budaya fandom KHH pada saat *K-Night party* cenderung hanya berpusat pada kegiatan *open table* dan bercengkrama atau menari bersama. Budaya *K-Night party* dalam fandom KHH ini berasal dari budaya idola KHH di Korea Selatan yang seringkali melakukan aksi panggung di berbagai *club* maupun bar di Korea Selatan. Penggunaan *club* dan bar untuk kegiatan perform para idola KHH sudah lazim dan seringkali dilakukan. Beberapa idola KHH yang seringkali melakukan *perform* di *club* maupun bar adalah DPR Ian, DPR Cream, DPR Artic, Jay Park, Gemini, Eaj Park, dan masih banyak lagi. Budaya *K-Night Party* kemudian banyak diadopsi oleh fandom

KHH di Korea Selatan yang kemudian semakin menyebar luas hingga mulai diadopsi oleh fandom KHH di Indonesia.



Gambar 1. 3 Poster K-Night Party Nolja Gang

Sumber; Instagram.com/nolja.gang

Salah satu pencetus dan masih menjadi satu-satunya komunitas yang konsisten dengan konsep *K-Night Party* adalah Nolja Gang. Nolja Gang merupakan sebuah grup DJ yang terbentuk pertama kali pada tanggal 7 Juli 2019 dan secara resmi menggunakan nama Nolja Gang pada 15 September 2019. Pada awalnya, Nolja Gang dibentuk berdasarkan inisiatif dari Poppa dan Arthur, yang merupakan dua orang pencetus berdirinya Nolja Gang. Nolja Gang terbentuk dengan tujuan untuk mewujudkan keinginan para penggemar K-Pop dan KHH yang juga menyukai nuansa dan alunan musik DJ dengan suasana yang berbeda, yaitu *club* malam. Selaras dengan semakin terkenalnya Nolja Gang, maka semakin meluas pula budaya *K-Night Party* yang kini bukan hanya terkenal di kalangan fandom KHH, namun kini mulai masuk dan merambah ke fandom K-Pop.

Dalam budaya fandom K-Pop maupun K-HipHop, terdapat suatu budaya yang dinamakan *fandom war*, atau ketegangan budaya yang terjadi baik dalam lingkup satu fandom, maupun yang terjadi secara lintas fandom. Wulandari (2022) meneliti fandom K-Pop ARMY dan EXO-L sebagai subkultur dalam masyarakat modern, dengan fokus pada *fanwar* di media sosial. Ia menemukan bahwa konflik antar fandom mencerminkan usaha mempertahankan identitas dan eksklusivitas kelompok, serta menjadi bagian dari dinamika budaya populer yang terus berkembang. Agnensia (2019) meneliti keterlibatan penggemar K-Pop dalam konflik antar fandom (*fanwar*)

melalui media sosial. Studi ini menunjukkan bahwa fanatisme tinggi dan rasa eksklusif terhadap idola menjadi pemicu utama *fanwar*. Media sosial berperan besar dalam mempercepat dan memperluas konflik, karena menjadi wadah utama bagi para penggemar untuk mengekspresikan dukungan maupun serangan terhadap fandom lain.

Beberapa penelitian tersebut menjelaskan jika penyebab dari adanya *fandom war* yang terjadi, adalah karena terdapat superioritas budaya fandom yang menganggap jika budaya fandom mereka lebih baik daripada fandom lainnya sehingga menimbulkan ketegangan budaya antara satu fandom dengan fandom lainnya. Berbeda dengan penelitian terdahulu, dalam penelitian ini, terjadi sebuah fenomena dimana berbagai fandom dari dua fandom besar yaitu K-Pop dan K-HipHop bertemu dalam suatu ruang komunitas bernama Nolja Gang. Disinilah proses adaptasi budaya terjadi, dimana dua kelompok dengan latar nilai dan preferensi yang berbeda mencoba menyesuaikan diri, membentuk kompromi budaya, dan berpotensi membangun budaya baru bersama. Poppa, salah satu pendiri Nolja Gang dalam wawancara pra-penelitian menjelaskan bahwa selain untuk menghadirkan suasana baru, Nolja Gang juga hadir sebagai wadah bagi para K-HH fans dan juga K-Pop fans yang menyukai kegiatan *club* dan juga musik DJ namun dengan kondisi yang aman dan kondusif serta tidak bercampur dengan kehadiran orang lain diluar dari anggota fandom atau komunitas. Nolja Gang tidak hanya tampil dalam acara *K-Night party*, lebih dari itu kini Nolja Gang juga seringkali manggung di berbagai *event* K-Pop seperti *dance cover competition*, *event birthday* fandom, dan juga *noraebang* di atrium mall.



**Gambar 1. 4 Penggemar atau Fandom K-Pop pada Acara K-Night Party Halloween November 2024 dengan menggunakan Hijab**

Dengan adanya berbagai kegiatan lainnya selain dari *K-Night party*, Nolja Gang kini semakin dikenal khalayak secara luas, bukan hanya sekedar komunitas KHH saja. Hal ini dapat dilihat dari mulai maraknya para penggemar dari fandom K-Pop yang turut hadir dan berpartisipasi dalam *event* dan kegiatan Nolja Gang, dapat dilihat dari mulai maraknya penggemar yang hadir dan membawa budaya fandom mereka ke *event K-Night party* seperti *lightstick* dan *photocard*, melakukan *fanchant* saat lagu dari idola mereka dimainkan, melakukan adegan *dance battle* di *dance floor*, dan berbagai budaya K-Pop lainnya yang kemudian terlihat dan hadir dalam kegiatan *K-Night Party*. Kegiatan *K-Night party* dewasa ini berkembang menjadi sebuah fenomena yang terjadi bukan hanya pada komunitas KHH, namun merambah ke komunitas fandom K-Pop, bahkan tidak sedikit penggemar fandom K-Pop yang datang ke *event K-Night Party* di *club* malam dengan busana hijab. Hingga tahun 2025, Nolja Gang terhitung sudah mengadakan kegiatan *K-Night Party* sebanyak lebih dari 25 kali yang diadakan di beberapa kota di Indonesia dengan Bandung sebagai kota utama.



**Gambar 1.1 Keterlibatan fandom K-Pop dan K-HipHop dalam komunitas Nolja Gang Kota Bandung**

Keterlibatan fandom K-Pop dan fandom KHH dalam ruang budaya menunjukkan adanya proses adaptasi budaya yang kompleks. Budaya seperti penggunaan *lightstick*, *photocard*, dan *fanchant* mulai terlihat dalam berbagai kegiatan acara pada komunitas Nolja Gang. Sebaliknya, para penggemar K-HipHop juga mulai menerima kehadiran budaya fandom K-Pop dalam ruang mereka. Proses ini menjadi bentuk negosiasi nilai dan ekspresi budaya antara dua fandom yang sebelumnya memiliki batas yang jelas. K-Pop, dengan sistem pelatihan idola yang terorganisir dan kontrol citra yang ketat sebagai representatif negara, berfokus pada kepatuhan dan keseragaman, serta

fandom yang loyal dan royal, namun memiliki kekuatan yang dapat berpengaruh terhadap karir idola. Di sisi lain, K-HipHop lebih bebas dan bersifat ekspresif, mendorong keberagaman dan kebebasan individu. Proses adaptasi kedua fandom ini memungkinkan pemahaman yang lebih dalam mengenai bagaimana dua fandom yang sangat berbeda dalam hal nilai-nilai dan preferensi budaya dapat berinteraksi, beradaptasi, dan membentuk kompromi dalam ruang yang sama. Proses ini semakin menarik ketika diperbandingkan dengan budaya lokal Indonesia, yang dikenal dengan nilai gotong royong, kebersamaan, dan keterbukaan terhadap pengaruh budaya luar. Komunitas Nolja Gang, sebagai contoh, menunjukkan bagaimana budaya Korea dapat bercampur dengan nilai-nilai lokal Indonesia, menghasilkan suatu bentuk budaya hybrid yang unik dan inklusif.

Komunitas Nolja Gang dipilih sebagai objek penelitian karena merupakan salah satu dari sedikit komunitas di Indonesia yang secara eksplisit menggabungkan dua genre fandom yang berbeda ke dalam satu wadah kegiatan. Nolja Gang, tidak membatasi diri pada satu genre atau budaya, melainkan justru menghadirkan keberagaman dan keberbedaan budaya kedalam ruang yang inklusif. Selain itu, Nolja Gang berbasis di Kota Bandung, sebuah kota dengan populasi penggemar K-Pop yang sangat aktif. Dalam sebuah studi, Bandung tercatat sebagai kota dengan persentase penggemar K-Pop sebesar 9,5% dari total responden di Indonesia (Rachmawati & Sari, 2022), menjadikannya salah satu kota dengan konsentrasi penggemar K-Pop tertinggi di Indonesia, dan menjadi lingkungan yang ideal untuk mengamati bagaimana proses adaptasi budaya berkembang secara kontekstual.

Hal ini kemudian berkembang menjadi sebuah fenomena baru dimana, dua genre fandom yang berbeda dengan budaya berbeda dapat bertemu dan berinteraksi dalam satu komunitas yang sama. Van Manen (2014), berpendapat bahwa fenomena adalah sesuatu yang muncul dari pengalaman manusia secara langsung dan reflektif, yang menyangkut aspek-aspek dasar dari keberadaan manusia. Fenomena tidak hanya diteliti berdasarkan logika, namun juga perasaan yang dialami oleh individu terkait yang merasakan secara langsung fenomena yang terjadi serta menyampaikan makna dan pengalaman dari apa yang individu tersebut rasakan ketika mengalami fenomena.

Dalam perspektif ilmu komunikasi, fandom memiliki urgensi sebagai representasi nyata dari proses komunikasi media, komunikasi antarbudaya, serta dinamika komunikasi kelompok kecil. Pertama, dalam komunikasi media, fandom

memperlihatkan bagaimana khalayak menafsirkan pesan media secara aktif, sesuai dengan latar budaya dan sosialnya, sebagaimana dijelaskan dalam teori encoding/decoding oleh Hall (1980). Kedua, fandom juga merupakan ruang interaksi antarbudaya, di mana terjadi adaptasi nilai dan ekspresi simbolik antara budaya lokal dengan budaya luar, seperti dalam hal ini K-POP dan K-HipHop. Proses adaptasi budaya ini mencerminkan dinamika komunikasi antarbudaya yang melibatkan negosiasi makna dan penyesuaian identitas. Ketiga, dari sisi komunikasi kelompok, fandom menunjukkan interaksi sosial yang terstruktur melalui kepemimpinan komunitas, pembagian peran, dan pembentukan norma kelompok, sebagaimana dijelaskan dalam teori komunikasi kelompok kecil. Selain itu, dalam era digital, fandom juga menjadi bagian dari budaya partisipatif yang berkembang di *platform* media baru, di mana penggemar memproduksi dan mendistribusikan konten secara aktif melalui media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa studi tentang fandom memberikan kontribusi penting bagi ilmu komunikasi dalam memahami bagaimana makna budaya dikonstruksi, dikomunikasikan, dan diinternalisasi dalam konteks global dan lokal secara bersamaan.

Penelitian ini diharapkan relevan untuk menggali lebih dalam tentang urgensi adaptasi budaya lintas fandom, khususnya dalam konteks komunikasi antarbudaya. Meskipun banyak penelitian yang membahas interaksi budaya dan fandom dalam lingkup tertentu, tidak banyak yang secara khusus meneliti bagaimana dua fandom dengan karakteristik budaya yang berbeda, seperti K-Pop dan K-HipHop, dapat berinteraksi dalam satu komunitas. Penelitian ini memberikan kesempatan untuk memahami lebih jauh hasil adaptasi budaya yang terjadi di dalam komunitas yang bukan hanya menerima pengaruh budaya global, tetapi juga secara aktif mengadaptasi nilai-nilai tersebut dalam konteks budaya lokal. Proses adaptasi ini penting untuk memperlihatkan bagaimana nilai-nilai budaya yang berbeda dapat dinegosiasikan dan diintegrasikan dalam sebuah komunitas, yang pada gilirannya akan membentuk sebuah identitas budaya baru yang bersifat inklusif dan beragam.

Untuk memahami proses adaptasi budaya antara fandom K-Pop dan KHH dalam komunitas Nolja Gang, digunakan teori Adaptasi Budaya dari Young Yun Kim (2001). Kim memandang adaptasi budaya sebagai proses jangka panjang dan dinamis, di mana individu atau kelompok yang mengalami kontak antarbudaya akan mengalami tekanan lingkungan (*stress*), kemudian melalui proses internalisasi (*adaptation*), hingga

akhirnya mencapai transformasi identitas budaya (*growth*). Teori adaptasi budaya Kim (2001) menjelaskan bahwa proses penyesuaian terhadap budaya baru merupakan suatu perjalanan dinamis yang berbentuk spiral dan terus bergerak antara konflik dan integrasi budaya. Individu mengalami tantangan, pembelajaran, dan juga pertumbuhan selama proses adaptasi. Faktor seperti kemampuan komunikasi, keterlibatan sosial, dan lingkungan budaya memainkan peran penting dalam kemampuan seseorang dalam mengadaptasi budaya. Teori ini relevan dalam konteks komunitas seperti Nolja Gang yang menghadirkan proses negosiasi nilai secara kolektif dan berkelanjutan. Penggunaan teori Kim menjadi penting karena ia menyediakan kerangka konseptual yang komprehensif untuk menganalisis bagaimana individu dari dua budaya fandom yang berbeda mengalami tekanan nilai, melakukan kompromi budaya, dan membentuk adaptasi budaya dalam ruang komunitas bersama.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif karena mampu menggali pengalaman subjektif para anggota fandom yang mengalami langsung proses adaptasi budaya. Penelitian kualitatif deskriptif memberikan ruang untuk mengeksplorasi bagaimana makna, nilai, dan persepsi terhadap budaya lain dibentuk dan dinegosiasikan dalam praktik sosial sehari-hari. Pendekatan ini tidak berusaha menggeneralisasi, melainkan mendalami pemaknaan personal dan kolektif terhadap fenomena yang terjadi. Teknik pengumpulan data mencakup wawancara mendalam semi terstruktur, observasi partisipatif, dan dokumentasi media digital dari aktivitas komunitas. Analisis dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menafsirkan makna dari pengalaman budaya para partisipan dan bagaimana mereka memaknai perbedaan nilai dalam satu ruang budaya yang sama.

Seluruh narasumber dari kalangan penggemar disetiap fandom merupakan anggota komunitas Nolja Gang berusia lebih dari 18 tahun yang telah lebih dari dua kali mengikuti kegiatan *K-Night Party* dan juga kegiatan atau *event* Nolja Gang lain diluar *K-Night Party*. Informan yang menjadi narasumber juga merupakan anggota fandom yang sudah lebih dari 2 tahun mengikuti dan berada dalam sebuah fandom, serta berperan aktif dalam berbagai kegiatan fandom. Tujuan dari kriteria tersebut adalah guna mencari tahu lebih dalam terkait budaya fandom. Kegiatan wawancara dan penelitian dilakukan secara langsung dan tatap muka diluar dan setelah kegiatan *K-Night Party* Nolja Gang dilakukan, hal ini bertujuan untuk mendapatkan informasi secara lebih mendalam dengan meminimalisir gangguan eksternal diluar kendali

peneliti seperti wawancara dalam keadaan mabuk, kebisingan dikarenakan lokasi wawancara, serta gangguan lainnya.

Adapun penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini adalah jurnal dengan judul “Pola Interaksi Simbolik Pada Komunitas Penggemar Super Junior Everlasting Friends (ELF) Surabaya” yang ditulis oleh Pusparatri dan Handoyo tahun 2015 yang membahas bagaimana proses interaksi simbolik terjadi pada komunitas ELF Surabaya menggunakan teori interaksionisme simbolik Herbert dan teori dramaturgi Goffman dengan hasil penelitian bahwa terdapat interaksi simbolik dengan adanya penggunaan Bahasa seperti kakak-adik, istilah fandom, istilah bias, dan penggunaan atribut fandom sebagai identitas diri. Penelitian lainnya yang serupa adalah jurnal dengan judul “Komunikasi Budaya K-Pop Masyarakat di Kampung Bali, Harapan Jaya, Bekasi di Era New Normal” yang ditulis oleh Hutapea dan Marlina tahun 2022 yang membahas mengenai bagaimana komunikasi budaya K-Pop memberikan dampak terhadap kehidupan sosial masyarakat Kampung Bali di era new normal. Penelitian ini menggunakan teori jarum suntik untuk mengetahui secara lebih dalam mengenai tujuan penelitian.

Penelitian terdahulu lainnya dalam lingkup kajian serupa adalah jurnal penelitian dengan judul “Studi Komunikasi Budaya Fandom ARMY dan EXO-L (Studi Tentang Perbandingan Pemaknaan Simbol K-Pop)” oleh Vere n Susanto dan Suzy S. Azeharie (2022) Jurnal ini membahas dan mengkaji budaya komunikasi dalam komunitas penggemar K-Pop, khususnya ARMY dan EXO-L dengan menggunakan teori komunikasi budaya dan interaksi simbolik. Studi ini menyoroti bagaimana simbol dan interaksi antaranggota membentuk budaya unik dalam masing–masing fandom.

Adapun penelitian terdahulu lainnya yang menggunakan teori dan unit analisis data yang serupa adalah penelitian dengan judul “Adaptasi Lintas Budaya Mahasiswa Indonesia di Lingkungan Perguruan Tinggi Taiwan” oleh Badri, R. A. R., El Karimah, K., & Sunarya, Y. D. R. (2024). Penelitian ini mengeksplorasi proses adaptasi lintas budaya yang dialami oleh mahasiswa Indonesia, khususnya awardee IISMA Vokasi tahun 2023 yang studi di perguruan tinggi di Taiwan. Fokus utama adalah interaksi antara individu dengan lingkungan akademik dan budaya baru. Pada penelitian ini, digunakan metode penelitian kualitatif dengan strategi studi kasus tunggal dengan subjek Salah satu mahasiswa awardee IISMA Vokasi di National Yunlin University of Science and Technology Taiwan selama satu semester.

Walau serupa, beberapa penelitian diatas cukup berbeda dengan penelitian yang sedang dikaji oleh peneliti. Penelitian dengan judul “Proses Adaptasi Fandom K-Pop dan Fandom K-HipHop dalam Komunitas Nolja Gang di Kota Bandung” berfokus untuk meneliti proses dari adaptasi budaya dua fandom dengan latar belakang sosial dan budaya yang berbeda dapat berkumpul, berkomunikasi, dan berinteraksi dalam komunitas Nolja Gang di Kota Bandung. Penelitian ini merupakan penelitian baru yang membahas mengenai budaya K-HipHop yang dewasa ini mulai banyak dikenal secara global oleh masyarakat dunia. Walau sama sama berasal dari Korea Selatan, K-HipHop memiliki latar belakang yang berbeda dengan K-Pop. Berbeda dengan penelitian yang menggunakan teori adaptasi budaya Kim (2001) lainnya, penelitian ini mengkaji bagaimana proses adaptasi budaya terjadi antara dua sub-kultur yang berbeda, namun berasal dari satu negara yang sama (sebagai pengaruh dari globalisasi) di komunitas local yang berada di Indonesia. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan kajian bidang Ilmu Komunikasi khususnya pada sub bidang media dan budaya baru semakin berkembang.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Penelitian ini dilandasi oleh pertanyaan penting tentang bagaimana dua kelompok penggemar dengan budaya yang berbeda yaitu fandom K-Pop yang terstruktur dan fandom K-HipHop yang lebih bebas dapat berinteraksi dan menyesuaikan diri dalam satu komunitas yang sama, yaitu Nolja Gang di Kota Bandung. Perbedaan cara berpikir, gaya komunikasi, dan nilai-nilai yang mereka bawa memunculkan tantangan dalam proses penyesuaian. Oleh karena itu, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana para anggota fandom menghadapi dan menyesuaikan diri terhadap perbedaan tersebut, serta bagaimana proses adaptasi itu berlangsung berdasarkan faktor-faktor dan tahapan dalam teori adaptasi budaya Kim tahun 2001.

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

1. Bagaimana faktor adaptasi budaya pada fandom K-Pop dan fandom KHH dalam komunitas Nolja Gang di Kota Bandung?
2. Bagaimana proses adaptasi budaya pada fandom K-Pop dan fandom KHH dalam komunitas Nolja Gang di Kota Bandung?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui bagaimana faktor adaptasi budaya pada fandom K-Pop dan fandom KHH dalam komunitas Nolja Gang di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui bagaimana proses adaptasi budaya pada fandom K-Pop dan fandom KHH dalam komunitas Nolja Gang di Kota Bandung.

#### **1.5 Signifikasi Penelitian**

##### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah untuk memperkaya teori adaptasi budaya dengan memperkenalkan dinamika adaptasi lintas fandom yang menggabungkan dua budaya pop global (K-Pop dan K-HipHop) dalam konteks komunitas yang terletak di luar negara asalnya, yaitu Indonesia. Dari penelitian ini, peneliti berharap agar temuan atau hasil dari proses adaptasi budaya antara fandom K-Pop dan K-HipHop dalam komunitas Nolja Gang di Kota Bandung, dapat memberikan kontribusi serta pemahaman baru dalam lingkup kajian budaya komunikasi, terkhusus pada kajian budaya kelompok atau komunitas, dalam konteks ini berupa fandom. Penelitian ini juga akan menambah pemahaman tentang bagaimana proses adaptasi budaya berlangsung dalam komunitas yang tidak hanya menerima budaya luar, tetapi juga mengintegrasikannya dengan nilai budaya.

##### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Manfaat praktis dari hasil penelitian diharapkan menjadi masukan terhadap berbagai lapisan masyarakat khususnya komunitas lintas budaya dan diharapkan menjadi sumber pengetahuan bagi masyarakat luas terkait dengan bagaimana budaya baru dapat dengan cepat masuk dan dikenal oleh masyarakat secara luas dan membawa nilai-nilai dan pemahaman baru terkait dengan budaya, khususnya K-Pop dan KHH. Manfaat praktis bagi bidang studi ilmu komunikasi adalah untuk memberikan wawasan tentang bagaimana komunikasi antarbudaya terjadi dalam praktik komunitas fandom, serta bagaimana budaya populer Korea Selatan dapat beradaptasi dengan budaya dalam membentuk identitas budaya baru. Penelitian ini dapat menjadi referensi penting bagi pengelola acara, komunitas, atau individu yang tertarik dengan interaksi budaya lintas genre, serta

bagaimana mereka dapat menciptakan ruang inklusif yang mendukung keberagaman dan kreativitas.

## **1.6 Batasan Penelitian**

### **1.6.1 Batasan Waktu**

Dalam penelitian ini, periode yang diambil untuk melakukan observasi adalah pada rentan waktu 2022 hingga 2025, dimana pada periode waktu tersebut, komunitas Nolja Gang mulai dikenal secara lebih luas. Untuk periode pengambilan data wawancara, peneliti melakukan proses wawancara pada bulan Mei hingga Juni 2025.

### **1.6.2 Batasan Geografis**

Batasan geografis dalam penelitian ini adalah Kota Bandung, yang menjadi *homebase* atau kota asal dari kelompok Nolja Gang, dan menjadi kota dengan jumlah penyelenggaraan kegiatan komunitas Nolja Gang terbanyak dibandingkan dengan kota lainnya dan juga sebagai kota dengan persentase penggemar K-Pop sebesar 9,5% dari total responden di Indonesia, menjadikannya salah satu kota dengan konsentrasi penggemar K-Pop tertinggi di Indonesia (Rachmawati & Sari, 2022).

### **1.6.3 Batasan Konteks**

Konteks dalam penelitian ini berfokus pada pembahasan mengenai adaptasi budaya antar fandom K-Pop dan KHH yang terjadi dalam komunitas Nolja Gang di Kota Bandung,

### **1.6.4 Batasan Informan**

Informan dalam penelitian ini dibatasi pada kriteria subjek penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan informasi dan data penelitian yang kredibel. Informan dalam penelitian ini mencakup anggota fandom K-Pop dan K-HipHop Kota Bandung yang pernah mengikuti setidaknya dua kali *event* Nolja Gang termasuk *event K-Night Party*, merupakan anggota aktif suatu fandom (baik itu K-Pop maupun K-HipHop) dan telah menjadi bagian dari fandom tersebut setidaknya selama satu tahun. Batasan ini dilakukan demi mendapatkan informan yang memiliki pengalaman individu yang mendalam terkait dengan budaya fandom dan bagaimana mereka beradaptasi dalam komunitas Nolja Gang.

#### **1.6.5 Batasan Metodologi**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan kualitatif deskriptif dan pengambilan data wawancara mendalam semi terstruktur dengan tujuan untuk menggali makna mendalam dari pengalaman individu.