

Peran Musik K-Pop dalam mempengaruhi Remaja Desa

Vol 2 Issue 1
(April, 2019)

ARTICLE INFO

Article history:

Received: xxx

Revised version received: xxx

Accepted: xxx

Available online: xxx

Keywords:

Implementation; Public Transportation;
Public Policy;

K-Pop Music; K-Pop Fans (K-Poppers); Fashion; Speech Style and Consumer Attitudes; Behavior.

How to Cite:

APA Style 7th



Eka Fitriana Dewi¹, Niken Lestari², Deny Wahyu
Tricana³

¹²³ Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas
Muhammadiyah Ponorogo

Email: eka663355@gmail.com¹, lestarini.niken@gmail.com^{2*},
deny@umpo.ac.id³

ABSTRACT

The purpose of this research is to describe in depth about the message of k-pop music in influencing the behavior of adolescents in the village of Karanggebang kecamatan jetis Ponorogo district. This research approach is qualitative. Subject selection uses a purposive sample technique. The subject was taken because it was related to certain characteristics. The characteristics in question are the subject of entering adolescence (12 years to 19 years), actively following the development of the k-pop world, being consumptive in buying items related to k-pop and often following k-pop gatherings and events, imitating k-pop fashion, and their style of speech and attitude. Data collection methods are interviews, observation and documentation study. Data analysis techniques using data reduction, data presentation and drawing conclusions. Test the validity of the data using source triangulation. The results of the study are known (1) loud k-pop music does not really affect the fashion style of the sample being distributed. (2) soft music messages on k-pop have an influence on adolescents in speech styles and attitudes. (3) energetic music messages on k-pop affect teenagers in consumptive behavior.

Available online at

<https://studentjournal.umpo.ac.id/index.php/IJGCS>

Copyright (c) 2019 by IJGCS

1. Pembahasan

Musik sekarang ini tidak bisa dijauhkan dari aktivitas sehari-hari serta sudah mendarah daging di kehidupan. “Hal ini terjadi karena musik yaitu sebuah kebudayaan dan juga cerminan sosial di masyarakat. Musik merupakan kelakuan sosial yang digandrungi, juga mempunyai karakteristik yang begitu penting di kehidupan manusia hingga tidak ada masyarakat maupun budaya tidak mempunyai musik Blacking (djohan, 2005).”

Menciptakan atau mendengarkan musik sama dengan berbicara dengan tubuh. “Saat kita sedang menikmati musik pasti paham maka gerakan tubuh kita bukan hanya sekedar tubuh kita (Nakagawa, 2000).” Masa remaja merupakan suatu periode transisi antara masa kanak-kanak menuju orang dewasa yang meliputi perubahan-perubahan biologis, kognitif, dan sosio emosional (santrock, 2003).

Musik mempunyai peranan yang amat besar bagi kehidupan remaja, karena musik bukan hanya sebagai pengisi waktu luang saja, tetapi juga sebagai kekuatan sosial yang mempengaruhi cara mereka berbicara, berpakaian, bertingkah laku dan juga cara berfikir. Dimana pada masa ini di saat remaja sedang berusaha mengembangkan diri dan identitas kelompok, musik sangat mempunyai pengaruh besar untuk menjalankan keduanya.

“(schwartz, 2003) membedakan para penggemar musik menjadi 2 kategori berdasarkan kualitas musik yang didengarkannya, yaitu mereka yang menggemari musik dengan kualitas berat atau *heavy music*, yaitu jenis musik populer yang mempunyai tempo lagu cepat, nada yang keras dengan adanya penekanan irama yang kuat secara terus menerus disertai dentuman bunyi yang berulang-ulang dan biasanya dimainkan dengan alat musik elektronik, contohnya musik rock dan sub-genre nya (punk, metal, headcore, emo dll), musik rap (yang merupakan bagian dari kebudayaan hip-hop).”

Akhir-akhir ini penyuka musik korea makin melebarkan sayapnya. Maraknya remaja yang suka dengan musik k-pop. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya *boy band* serta *girl band*. Di tengah perkembangan globalisasi yang semakin memudahkan nilai-nilai budaya tradisional, tayangan korea yang konsisten menampilkan nilai-nilai budaya korea dan asia, seperti sopan santun, penghormatan pada orang tua, pengabdian pada keluarga, nilai kolektivitas atau kebersamaan, serta nilai kesakralan cinta.

K-pop adalah kepanjangan dari koran pop (musik korea pop) adalah jenis musik populer yang berasal dari korea selatan. Banyak artis dan grup musik pop karena telah menembus batas dalam negeri dan populer dimancanegara. Tangga lagu k-pop telah masuk ke tangga lagu Amerika, billboard yang selama ini menjadi tolak ukur kualitas industri musik dunia. Kegandrungan akan musik k-pop merupakan bagian yang tak terpisahkan dari pada demam korea (*korea wave*) di berbagai negara di dunia termasuk salah satunya indonesia. Istilah tersebut bukanlah hal asing lagi didengar saat ini. Karena berbagai media massa dan masyarakat di dunia tengah memperhatikan dan membicarakan fenomena yang tanpa sadar ikut megkonsumsinya.

2. Metode

Penelitian ini dilakukan di desa Karanggebang kecamatan Jetis kabupaten Ponorogo dan ditujukan pada remaja penyuka musik k-pop. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pesan musik k-pop terhadap perilaku remaja.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. “Bogdan dan Taylor mengemukakan bahwa metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (iskandar, 2009).” “(sukmadinata, 2006) menyatakan bahwa metode penelitian deskriptif adalah sebuah metode yang berusaha mendiskripsikan sesuatu, misalnya kondisi atau hubungan yang ada, pendapat yang berkembang proses yang sedang berlangsung, akibat atau efek yang terjadi atau tentang kecenderungan yang sedang terjadi.”

Penelitian ini mengangkat subjek, penggemar musik k-pop di desa karanggebang kecamatan jetis kabupaten ponorogo. Untuk menentukan subjek penelitian, peneliti memakai purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. “Seperti, orang tersebut dianggap mengetahui tentang apa yang kita inginkan sehingga memudahkan peneliti untuk menjelajahi objek yang akan diteliti (sugiyono, 2006).” Dari hasil tersebut didapatkanlah 15 sampel yang dibagikan kuesioner dan 4 orang remaja penyuka musik k-pop yang diwawancarai.

3. Hasil dan Pembahasan

Pesan musik keras pada k-pop dalam mempengaruhi remaja dalam meniru model fashion.

“saya biasanya memakai pakaian casualnya, karena modelnya yang menarik serta mudah dipadu dengan aksesoris yang cantik serta bisa menambah kepercayaan diri disaat memakainya. saya maengetahui pakain dan jenis fashion musik korea ini dari melibat artis idola korea saya yang sering saya lihat di televisi dan youtube. Dan kadang kadang saya meniru cara berpakaian dari idola saya itu sebagai baentuk kecintaan saya kepada idola saya. Namun dari sekian model fashion yang dipakain idola saya tidak semuanya yg saya sukai, begitu juga di aminkan oleh intan. Karena dia hanya meniru fashion idola nya yang tidak norak dan ribet.”

“saya meniru apapun itu model fashion yang dilakukan idolanya , walaupun gendre musik idolanya beraliran heavy metal atau keras dengan gaya fashion yang norak , memakai anting yang berlebihan tetapi tetap saya sukai. Hal ini diakibatkan rassa percaya diri saya jika bisa meniru bahkan berpakaian seperti idola saya.”

Wawancara diatas menjadi contoh salah satu bahwa walaupun mereka menyukai fashion korea dan meniru model pakaian korea tetapi mereka tidak serta menggunakan model fashion korea begitu saja.

Dari kusioner meniru model fashion pada pertanyaan pertama yang disebarakan kepada 15 orang remaja penyuka musik k-pop didapatkan hasil pada kusioner pertanyaan pertama sebagai berikut : nilai nya 4 (Setuju) didapatkan sebanyak 2 orang dengan presentase 8, nilai 3 (Netral) diperoleh sebanyak 4 orang dengan presentase 12, nilai 2 (Tidak Setuju) diperoleh sebanyak 8 orang dengan presentase 16, dan nilai terendah 1 (Sangat Tidak setuju) diperoleh sebanyak 1 orang dengan presentase 1, total dari skor pertanyaan yang pertama adalah sebesar 37 atau dengan nilai rata-rata 3. Dari kusioner meniru model fashion pada pertanyaan ke dua yang disebarakan kepada 15 orang remaja penyuka musik k-pop diperoleh hasil pada kusioner pertanyaan kedua sebagai berikut: nilai nya 4 (Setuju) diperoleh sebanyak 2 orang dengan presentase 8, nilai 3 (Netral) diperoleh sebanyak 6 orang dengan presentase 18, dan nilai terendah 2 (Tidak Setuju) diperoleh sebanyak 7 orang dengan presentase 14, total dari skor pertanyaan yang kedua adalah sebesar 40 dengan nilai rata-rata 2,67 dibulatkan mejadi 3.

Dapat disimpulkan bahwa remaja di desa karanggebang kecamatan jetis ponorogo walaupun mereka menyukai fashion korea dan meniru model pakaian korea tetapi mereka tidak serta menggunakan model fashion korea begitu saja namun mereka lebih memilah dan memilih lagi sejauh mana pakaian itu masih pantas untuk digunakan.

Pesan musik lembut pada k-pop dalam mempengaruhi remaja dalam meniru gaya bicara dan sikap.

“Awalnya sih lebih suka searching gitu, kenal-kenal gitu, terus download. Kalau teman kan pas dulu masih masih jarang kan, jadi rada gimana gitu, pas aku SMP tu diginiin, ala itu tu apa terus ya dibilang aneh juga. Jadi udah biasa aja, kalau sekarang banyak, udah umum kan. Kalau dulu kan masih asing. Enggak nunjukin sih mbak, tapi mereka kan tau sendiri kalau aku pake apa kan pasti kelihatan kalau suka k-pop. Terus kadang kalau pergi kan aku suka nonton video atau drama terus buka hp, sosmed gitu kan ya isinya cuma kayak gitu. Ada umumnya juga tapi ya kebanyakan kayak gitu, jadi kan kelihatan sendiri”.

“Apa ya? Pandanganku sih sebagai kakak atau oppa. Kalau dulu sih sebagai suami. Kadang kan kalo ngaku ke temen gitu ya bilang itu pacarku, buat asik-asik aja sih mbak. Kalau sekarang sih sebagai oppa soalnya juga mikir kalo sebagai pacar kan gak mungkin banget jadi ya anggapnya kakak aja”

Dari kusioner dalam meniru gaya bicara dan sikap pada pertanyaan pertama yang disebarkan sebanyak 15 orang remaja penyuka k-pop diperoleh hasil pada kusioner pertanyaan pertama sebagai berikut: nilai tertinggi 5 (Sangat Setuju) diperoleh sebanyak 3 orang dengan presentase 15, nilai 4 (Setuju) diperoleh sebanyak 6 orang dengan presentase 24, nilai 3 (Netral) diperoleh sebanyak 5 orang dengan presentase 15, dan nilai terendah 2 (Tidak Setuju) diperoleh 1 orang dengan presentase 2, total dari skor pertanyaan yang pertama adalah sebesar 56 atau dengan nilai rata-rata 3,73 dibulatkan menjadi 4. Dari kusioner dalam meniru gaya bicara dan sikap pada pertanyaan ke dua yang disebarkan sebanyak 15 orang remaja penyuka musik k-pop diperoleh hasil dari pada kusioner pertanyaan kedua sebagai berikut: nilai tertinggi 5 (Sangat Setuju) diperoleh sebanyak 3 orang dengan presentase 15, nilai 4 (Setuju) diperoleh sebanyak 7 orang dengan presentase 28, dan nilai terendah 3 (Netral) diperoleh sebanyak 5 orang dengan presentase 15, total dari skor pertanyaan yang kedua adalah sebesar 58 atau dengan nilai rata-rata 3,86 dibulatkan menjadi 4. Dapat disimpulkan bahwa pesan musik lembut pada musik K-pop mempengaruhi gaya bicara dan sikap dari remaja didesa Karanggebang kecamatan jetis ponorogo.

Pesan musik energik pada k-pop mempengaruhi remaja dalam perilaku konsumtif

“Dulu pernah sih beli album EXO yang Overdose tapi sekarang udah gak pernah lagi. Gak tau original apa enggak, soalnya dulu belinya di online shop gitu. Katanya sih original tapi gak tau bener apa enggak. Aku beli tuh harganya sekitar Rp300.000,00. Kalau merchandise punyanya cuma kaus, lightstick EXO sama Super Junior, poster, sama jaket. Udah itu aja.”

“Iya, jadi kalau di rumah tuh bikin tiga celengan, yang satunya khusus buat aku kalau pengen beli apa-apa yang berhubungan sama Korea. Kalau mau nonton konser nanti ambilnya yang ini gak boleh yang lainnya.”

Dari kusioner perilaku konsumtif pada pertanyaan pertama yang disebarkan sebanyak 15 orang remaja penyuka musik k-pop diperoleh hasil pada kusioner pertanyaan pertama sebagai berikut: nilai tertinggi 5 (Sangat Setuju) diperoleh sebanyak 7 orang dengan presentase 35, nilai 4 (Setuju) diperoleh sebanyak 6 orang dengan presentase 24, nilai 3 (Netral) diperoleh sebanyak 1 orang dengan presentase 3, dan nilai terendah 2 (Tidak Setuju) diperoleh sebanyak 1 orang dengan presentase 2, total dari skor pertanyaan yang pertama adalah sebesar 64 dengan rata-rata 4,26 dibulatkan menjadi 4. Dari kusioner perilaku konsumtif pada pertanyaan kedua yang disebarkan sebanyak 15 orang penyuka musik k-pop diperoleh hasil pada kusioner pertanyaan kedua sebagai berikut: nilai tertinggi 5 (Sangat Setuju) diperoleh sebanyak 6 orang dengan presentase 30, nilai 4 (Setuju) diperoleh sebanyak 5 orang dengan presentase 20, nilai 3 (Netral) diperoleh sebanyak 2 orang dengan presentase 6, dan nilai terendah 2 (Tidak Setuju) diperoleh sebanyak 4 orang dengan presentase 8, total dari skor pertanyaan kedua adalah sebesar 64 atau dengan nilai rata-rata 4,26 dibulatkan menjadi 4. Yang artinya sangat efektif dalam mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja di desa Karanggebang kecamatan jetis ponorogo.

4. Kesimpulan

Remaja desa Karanggebang kecamatan Jetis Ponorogo walaupun mereka menyukai fashion Korea dan meniru fashion Korea tetapi mereka tidak serta merta menggunakan fashion Korea begitu saja tetapi mereka lebih memilah dan memilih sejauh mana pakaian itu masih pantas digunakan. Dapat disimpulkan bahwa pesan musik lembut pada musik K-pop mempengaruhi gaya bicara dan sikap dari remaja didesa Karanggebang kecamatan Jetis Ponorogo. Hal itu dibuktikan dari angket kusioner dengan total skor rata-rata 3,7 yang artinya efektif ada pengaruhnya terhadap gaya bicara dan sikap remaja didesa Karanggebang kecamatan jetis ponorogo.

Dapat disimpulkan bahwa pesan energik pada musik k-pop mempengaruhi perilaku konsumtif remaja di desa Karanggebang kecamatan Jetis kabupaten Ponorogo. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, penulis menyadari bahwa penelitian ini masih perlu dilakukan perbaikan dan penyempurnaan. Oleh karenanya peneliti mengajukan beberapa saran. Saran dibagi

kedalam dua bentuk saran, yaitu: Disarankan untuk melakukan penelitian lanjutan yang membahas pesan Musik K-pop dalam mempengaruhi Perilaku remaja dengan variabel lain. Seperti persepsi terhadap resiko, agresivitas, tipe kepribadian, sensation seeking, dan sebagainya. Karena pada penelitian ini sampel yang digunakan adalah remaja madya sampai akhir mungkin pada penelitian selanjutnya dapat diperluas lagi dari remaja awal hingga akhir atau mungkin juga orang dewasa. Agar menambah lebih banyak item, karena pada skala pesan Musik K-pop yang digunakan dalam penelitian ini hanya terdapat 15 item yang valid dan 4 item yang jygfmendekati valid. Lokasi pengambilan data juga diperluas agar mendapatkan hasil yang lebih bervariasi, dan untuk pengumpulan data bisa dilakukan ditempat-tempat sedang berlangsungnya konser musik.

Acknowledgment

Terimakasih kepada Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP, Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah mendukung pengerjaan artikel ini hingga selesai.

References

- Djohan. (2005). *psikologi musik*. yogyakarta: penerbit buku baik.
- Iskandar. (2009). *metodologi penelitian kualitatif*. jakarta: gaung persada (gp press).
- Lee, k. (2017). *k-pop legends*. jakarta: gramedia widiasarana indonesia.
- Mahmudah, i. (2015). *dampak budaya korean pop terhadap penggemar dalam perspektif keberfungsian sosial*. yogyakarta: skripsi ilmu kesejahteraan sosial uin kalijaga yogyakarta.
- Nakagawa, S. (. (2000). *musik dan kosmos*. jakarta: yayasan obor indonesia.
- Pradana, a. (2012). *fenomena korean wave atau ballyu sebagai alat diplomasi korea selatan*. yogyakarta: ilmu hubungan internasional universitas muhammadiyah yogyakarta.
- Santrock, J. (2003). *perkembangan remaja*. jakarta: erlangga.
- Sarwono, s. (2001). *psikologi remaja*. jakarta: pt. raja grafindo persada.
- Schafer, T. &. (2009). *psikologi remaja*. jakarta: erlangga.
- Schwartz, k. &. (2003). music preferences. *journal of youth and adolescence*.
- Sudjana, n. &. (2001). *penelitian dan penialaian pendidikan*. bandung: sinar baru algesindo.
- Sugiyono. (2006). *metode penelitian kualitatif dan r&d*. bandung: alfabeta.
- Sukmadinata. (2006). *metode penelitian pendidikan*. bandung.
- Ulya, S. (2014). *gaya hidup komunitas korean pop "shawol"*. yogyakarta: sosiologi agama fakultas ushuluddin dan pemikiran islam universitas islam negeri sunan kalijaga.
- Wahyuni, s. (2012). *qualitative research method: theory and practice*. jakarta: selemba empat.

- Bahari, A. (2014). *Mengenal k-pop dan perkembangannya di Indonesia, yuk* (Online) Tersedia: <http://salamkorea.com/read/k-pop-news/2014/05/mengenal-k-pop-dan-perkembangannya-di-indonesia-yuk/> (Juni 2016).
- Kcnet, A. (2013). *[News] Demi nonton konser SNSD, seorang SONE lakukan penipuan di iTwitter!* (Online) Tersedia: <http://www.kpopchart.net/2013/09/news-demi-nonton-konser-snsd-seorang.html?m=1> (Juni 2016).
- Maharani, G. R. (2013). Pengaruh *hallyu* terhadap peningkatan impor Korean Selatan di Indonesia. *Skripsi Hubungan Internasional Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*.
- Pertiwi, S.A. (2013). Konformitas dan fanatisme pada remaja *Korean wave* (penelitian pada komunitas Super Junior *fans club* ELF “*Ever Lasting Friend*”) di Samarinda. *Jurnal Psikologi FISIP Universitas Mulawarman*. Volume 1:2. Hlm. 157-166.
- Wijayanti, A.A. (2012). *Hallyu: youngstres fanaticism of Korean pop culture (study of hallyu fans Yogyakarta City)*. *Jurnal Sosiologi Universitas Negeri Yogyakarta*. [versi elektronik]. Hlm. 1-24.
- Wikipedia. (2016). K-pop (Online) tersedia: <https://id.wikipedia.org/wiki/K-pop> (Juni 2016)