

FENOMENOLOGI PENGGUNAAN TELEVISI DAN MEDIA SOSIAL DALAM MENYIKAPI BUDAYA POP KOREA DI KALANGAN REMAJA MAKASSAR

Rezhita Adityana Akhmad¹, Andi Alimuddin Unde², Hafied Cangara³

Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik, Universitas Hasanuddin

ABSTRAK

Fenomena hiburan *Korean Wave* kini telah menyebar dan digandrungi oleh para remaja di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh penggunaan televisi dan media sosial dalam mengakses konten budaya pop oleh remaja penggemar budaya pop Korea di Kota Makassar. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dan dilakukan dengan menggunakan pendekatan fenomenologi. Data penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan *upload* lewat media internet. Data hasil wawancara diperoleh dari informan remaja penggemar budaya pop Korea di kota Makassar dengan memakai teknik sampling purposif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk mengakses konten-konten budaya pop Korea seperti musik, musik video, drama televisi, dan acara varietas, remaja di kota Makassar menggunakan media televisi dan media sosial, tetapi penggunaan media sosial lebih banyak dibandingkan dengan media televisi. Selain itu, media sosial juga dimanfaatkan oleh remaja Makassar untuk mencari informasi terbaru seputar idola favoritnya serta untuk berhubungan dengan sesama penggemar budaya pop Korea. Intensitas penggunaan media sosial untuk mencari konten budaya pop Korea sangat tinggi di kalangan remaja Makassar, yang mempengaruhi sikap dan perilaku dalam berbagai macam fenomena seperti mengoleksi CD album, aksesoris, *merchandise*, yang berhubungan dengan idolanya, menabung untuk membeli tiket konser, mengubah gaya hidup, juga mengakses konten-konten dewasa.

Kata kunci: Fenomenologi, Budaya Pop Korea, Remaja

ABSTRACT

Korean Wave entertainment phenomenon has now spread and is loved by teens around the world, including Indonesia. This study aims to determine how the influence of television and social media use in accessing the content of pop culture by teenage fans of Korean pop culture in Makassar. This study uses qualitative descriptive method and is done by using the phenomenological approach. The research data was obtained from interviews, observations, and upload via the internet. The data obtained from interviews teenagers fans of Korean pop culture in the city of Makassar using purposive sampling technique. The results showed that in order to access the contents of Korean pop culture such as music, music videos, television dramas and variety show, teenagers in the city of Makassar using television and social media, but the use of social media more frequently than the television. Furthermore, social media is also used by Makassar's teenagers to find the latest information about their favorite idol, and to connect with fellow fans of Korean pop culture. The intensity of the use of social media to search the content of Korean pop culture is very high among Makassar's teenagers, whose influence the attitudes and behavior in a wide range phenomena such as collecting CD album, accessories, merchandise, related to his idol, saving up to buy concert tickets, changing lifestyles, also accessing adult contents.

Keywords: *phenomenological, Korean pop culture, Teenagers*

PENDAHULUAN

Industri hiburan dunia pada era tahun 1990an hampir dikuasai oleh produk-produk film dan musik dari Inggris dan Amerika. Tetapi di awal tahun 2000 hingga saat ini, industri hiburan Korea juga memiliki tempatnya tersendiri dalam industri hiburan dunia. Untuk Indonesia sendiri, drama-drama Korea mulai ditayangkan di stasiun-stasiun televisi nasional pada tahun 2001. Ada beberapa alasan yang membuat masyarakat Indonesia, khususnya remaja perempuan sehingga menjadi tertarik untuk menonton drama Korea, tetapi faktor utama yang menjadi daya tariknya adalah ketampanan dan kecantikan para pemainnya, dan juga jalan cerita drama yang *fresh* dan tidak mudah ditebak.

Daya tarik lain dari drama Korea adalah *soundtrack* atau musik pengiring yang selalu pas mengiringi adegan-adegan dalam drama Korea. Lagu-lagu ini, walaupun tidak dimengerti artinya oleh penonton, tapi alunan lagu-lagu ini dirasa menarik untuk didengar sehingga membuat para penonton menjadi tertarik untuk mengetahui artis yang menyanyikan lagu-lagu tersebut. Hal ini pula yang kemudian menarik banyak penonton drama Korea menjadi tertarik pada musik pop Korea yang lebih dikenal dengan istilah KPOP (*Korean Pop*).

Menyebarnya industri hiburan Korea ini sering disebut sebagai *Korean Wave* atau gelombang Korea. *Korean Wave* adalah gelombang budaya musik, film, drama, dan segala sesuatunya yang berhubungan dengan Korea, yang menyebar ke nyaris seluruh negara di dunia, termasuk Indonesia (Korean Culture and Information Service, 2011). Youna (2013), menjelaskan faktor lain yang membantu *Korean Wave* menyebar ke seluruh dunia, yaitu kekuatan internet dan media sosial yang dimanfaatkan oleh penggemar yang ikut berpartisipasi dan dengan sukarela mengunggah, meneruskan, dan menyebarkan konten *Korean Wave* secara cepat yang ditujukan kepada penggemar lainnya.

Sebagai salah satu kota terbesar di kawasan Indonesia timur, Makassar juga tidak terlepas dari terpaan *Korean Wave* ini. Di

media sosial Twitter contohnya, terdapat berbagai macam akun yang dikhususkan untuk penggemar yang berdomisili di daerah Makassar. Selain memberikan informasi seputar idola Korea, pengelola akun-akun ini juga rutin mengadakan acara-acara pertemuan penggemar, sehingga para penggemar ini dapat bertemu langsung dan berdiskusi bersama seputar idola mereka.

Berbagai penelitian sebelumnya juga telah banyak dilakukan mengenai topik yang berhubungan dengan budaya pop Korea ini. Salah satunya adalah penelitian yang bertujuan untuk meneliti pengaruh tayangan di Internet terhadap perilaku imitasi pada sebuah komunitas pencinta Korea. Hasilnya menunjukkan bahwa tayangan *Korean Wave* di Internet memiliki pengaruh terhadap perilaku imitasi grup pecinta budaya pop Korea tersebut.

Fenomena-fenomena diatas kemudian yang menjadi daya tarik dan latar belakang dari keinginan penulis untuk meneliti tentang pengaruh penggunaan televisi dan media sosial dalam mengakses konten budaya pop oleh remaja penggemar budaya pop Korea di Kota Makassar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh penggunaan televisi dan media sosial dalam mengakses konten budaya pop oleh remaja penggemar budaya pop Korea di Kota Makassar.

BAHAN DAN METODE

Rancangan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti melakukan penelitian dengan pendekatan fenomenologi dengan tipe penelitian deskriptif kualitatif, dimana peneliti ingin meneliti bagaimana penggunaan media televisi dan media sosial dalam mengakses konten budaya pop memberikan pengaruh terhadap kehidupan sehari-hari remaja yang tinggal di Makassar. Penelitian kualitatif menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya.

Teknik Pengambilan Sampel

Data yang ingin peneliti kumpulkan dalam penelitian ini adalah data yang berasal dari informan berupa remaja Indonesia di kota Makassar yang menjadi penggemar *Korean Wave* secara fanatik dan menggunakan media sosial dan media televisi dalam kehidupan sehari-harinya. Peneliti akan mencari anggota forum dan *fanbase* yang terlihat paling menonjolkan ciri-ciri fanatiknya dan memiliki banyak pengalaman dalam menggemari *Korean Wave*. Sehingga dalam memilih informan untuk mengambil data, peneliti menggunakan teknik sampling purposive (*purposive sampling*). Subjek penelitian dengan pendekatan fenomenologi yang disarankan berjumlah maksimal 10 orang. Dalam penelitian ini, peneliti berniat untuk mengambil informan sebanyak 10 orang dengan wawancara mendalam dan observasi partisipatif (Cresswell, 1998).

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah langkah yang paling penting dalam sebuah penelitian, oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti akan mendapatkan data dari informan melalui wawancara. Wawancara merupakan alat pengumpulan data yang sangat penting dalam penelitian komunikasi kualitatif yang melibatkan manusia sebagai subjek (pelaku atau actor) sehubungan dengan realitas atau gejala yang dipilih untuk diteliti (Eriyanto, 2007).

Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan uraian dasar (Moleong, 2001). Penelitian ini adalah penelitian deskriptif, dengan lebih banyak bersifat uraian dari hasil wawancara dan studi dokumentasi. Data yang telah diperoleh akan dianalisis secara kualitatif serta diuraikan dalam bentuk deskriptif. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan langkah-langkah seperti pengumpulan data, reduksi data, *display* data, serta verifikasi dan penegasan kesimpulan (Bungin, 2003).

HASIL

Fenomena Korean Wave di Indonesia

Sejak awal tahun 2000-an, berbagai judul drama Korea mulai di tayangkan di stasiun-stasiun televisi Indonesia. Kebosanan masyarakat Indonesia pada drama-drama telenovela dan drama silat dari Tiongkok kemudian membuat drama karya negeri Korea ini menjadi banyak diterima oleh masyarakat. Dengan dukungan rating yang tinggi, drama Korea kemudian menjadi tontonan umum yang sering dilihat di stasiun televisi nasional Indonesia. Terhitung sudah ada puluhan drama Korea yang pernah dan hingga kini masih ditayangkan. Beberapa drama bahkan ditayangkan ulang berkali-kali karena memiliki rating yang baik, misalnya drama *Autumn in My Heart*, *Boys Before Flowers*, dan drama *Jewel In The Palace*.

Selain drama, musik pop Korea juga sering ditampilkan di televisi nasional Indonesia. Berbagai musik video Korea juga ikut ditayangkan di acara musik Indonesia. Liputan mengenai kedatangan dan konser artis korea pun sering menjadi bahan siaran di beberapa siaran Infotainment. Konser-konser tersebut pun ditayangkan di televisi, seperti konser *SMTOWN World Tour in Indonesia* yang ditayangkan di RCTI, juga konser *girl group Wonder Girls* yang ditayangkan di Trans TV. Beberapa artis dan grup Korea pun tampil dalam acara musik di Televisi. Program Dahsyat yang tayang di stasiun RCTI terhitung pernah beberapa kali mengundang artis dan grup korea untuk tampil di acaranya seperti *boy grup* BToB dan Lunafly, juga solois seperti Eru, Hangeng, dan Lee Ji Hoon. Belakangan ini, pamor drama dan juga musik Korea mulai menurun sehingga saat ini hanya stasiun televisi Indosiar yang masih menyiarkan konser musik Korea dan juga drama Korea, itu pun ditayangkan di slot waktu dini hari. Stasiun televisi Rajawali TV juga masih menayangkan tiga drama korea di slot acaranya. Hal ini membuat kebanyakan penggemar *Korean Wave* kemudian beralih ke media sosial. Selain mudah dalam penggunaannya, konten yang disediakan juga

lebih bervariasi dan dapat dipilih sesuai dengan keinginan penggemarnya.

Internet telah menjadi media utama yang paling berpengaruh di seluruh dunia. Agensi-agensi musik Korea menjadi sumber kegilaan tentang budaya pop Korea dengan memanfaatkan layanan media sosial seperti Facebook, Twitter, dan mengoperasikan saluran Youtube. Dengan adanya Youtube, para penggemar langsung dapat mencari dan menonton musik video dari artis-artis kesukaannya. Tidak hanya musik video, para penggemar juga dapat menonton rekaman-rekaman idolanya saat konser atau pun video-video variety dan talk show ketika idola mereka yang menjadi bintang tamu. Bagi penggemar drama Korea, situs *Viki* menyediakan layanan streaming drama-drama Korea terbaru dengan subtitle bahasa Indonesia secara legal, *I-Tunes* pun menyediakan layanan download lagu-lagu pop Korea. Antusiasme para penggemar *Korean Wave* di Indonesiasangat tinggi, sehingga lagu-lagu pop Korea tersebut sering memasuki daftar 10 lagu yang paling banyak di download di Indonesia bahkan tak jarang tampil di urutan nomor satu.

Jejaring sosial juga menjadi sarana lain bagi penggemar *Korean Wave* untuk memenuhi keingintahuan para penggemar terhadap idolanya. Mereka bergabung dengan *fanbase* juga forum-forum di media sosial yang memberikan informasi-informasi terbaru seputar idola yang mereka kagumi. *Fanbase* dan forum ini juga menjadi sarana para penggemar untuk saling berkumpul dan berkomunikasi antara penggemar idola tertentu. Beberapa akun twitter dikelola secara profesional dan memberikan informasi tentang *Korean Wave* secara umum.

Penggemar budaya pop Korea memiliki *fandom* yang berbeda-beda sesuai dengan idola yang mereka kagumi. *Fandom-fandom* ini memiliki nama-nama tersendiri sebagai identitas para penggemar juga sebagai pembeda antara *fandom* satu dengan *fandom* lainnya. Misalnya, *fandom* penggemar *boyband* Super Junior yang bernama ELF (*Everlasting Friends*) atau *fandom* penggemar

girlband *Girls' Generation* yang diberi nama SONE. Aktor dan aktris Korea juga memiliki *fandom* mereka sendiri-sendiri, seperti *fandom* actor bernama Song Joongki yang diberi nama Ki Aile.

Fandom adalah sebuah istilah yang digunakan untuk merujuk kepada sebuah cabang budaya yang terdiri dari penggemar yang ditandai dengan adanya perasaan empati dan persahabatan dengan orang lain yang memiliki kepentingan bersama. *Fans* biasanya tertarik hingga rincian terkecil dari idola *fandom* mereka, dan menghabiskan banyak waktu dan energi pada hal-hal yang mereka kagumi dan merupakan bagian dari jaringan sosial dalam *fandom* tersebut. *Fandom* ini merupakan pembeda dengan "*fannish*" yang hanya merupakan penggemar biasa.

Perilaku Remaja Makassar Dalam Mengakses Budaya Pop Korea melalui Media Televisi dan Media Sosial

Dalam mengakses budaya pop Korea, remaja di kota Makassar lebih banyak menggunakan media sosial dibandingkan dengan media televisi. Remaja Makassar kebanyakan menggemari musik pop Korea, tetapi juga menonton drama dan acara varietas asal Korea Selatan ini. Untuk mencari informasi, video, dan drama yang dibintangi idola favoritnya, remaja di kota Makassar memanfaatkan jejaring sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Kshowonline dan LINE. Remaja penggemar budaya pop di Kota Makassar ini menghabiskan banyak waktunya di depan telepon selular dan juga *personal computer* untuk mengakses konten-konten budaya pop tersebut. Jejaring-jejaring sosial tersebut juga dimanfaatkan oleh remaja kota Makassar ini untuk saling berhubungan dengan sesama penggemar budaya pop Korea. Ketika berhubungan dengan sesama penggemar budaya pop Korea, tema pembicaraan mereka tidak jauh dari topik mengenai grup musik dan artis yang mereka idola.

Sebagai bentuk loyalitas kepada idolanya, remaja kota Makassar juga memanfaatkan media sosial untuk mendukung idolanya dengan mengikuti *voting-voting* setiap kali

idolanya menjadi nominasi dalam acara penghargaan. Para penggemar ini mengaku merasa bangga dan mendapat kebahagiaan tersendiri ketika idola yang mereka dukung menang dalam acara penghargaan.

Fenomena-fenomena Yang Terjadi Dalam Kehidupan Sehari-hari Remaja Penggemar Budaya Pop Korea di Kota Makassar

Pada penelitian ini ditemukan bahwa terjadi beberapa fenomena yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari remaja kota Makassar yang menjadi penggemar budaya pop Korea. Fenomena yang pertama adalah *illegal downloading*. Untuk mendapatkan musik, drama, dan acara varietas, kebanyakan remaja menggunakan media sosial untuk mengunduh konten-konten budaya pop Korea tersebut. Remaja penggemar budaya pop Korea ini juga mengoleksi album, *merchandise*, aksesoris, dan pakaian yang berhubungan dengan idolanya. Untuk mengoleksi benda-benda tersebut, para remaja ini harus mengeluarkan biaya yang cukup besar. Walaupun begitu, para remaja ini mengaku kalau harga tidak menjadi masalah bagi mereka.

Fenomena lain yang terjadi adalah menonton konser. Remaja-remaja penggemar budaya pop Korea ini rela menabung uang mereka demi bisa membeli tiket dan bertemu dengan idola mereka langsung. Harga tiket yang juga mahal ini tidak menjadi penghalang bagi mereka. Perubahan gaya hidup juga terjadi dalam kehidupan para penggemar ini. Para remaja ini rutin mengonsumsi makanan-makanan Korea yang notabene masih asing di lidah Indonesia. Mereka juga menjadi jarang keluar rumah dan memilih untuk tinggal di rumah dan mengakses konten-konten budaya Pop Korea ini. Kebanyakan remaja ini juga mengerti beberapa kata dalam bahasa Korea dan memiliki minat yang sangat besar untuk belajar bahasa Korea.

Melalui jejaring sosial seperti blog, penggemar-penggemar remaja dapat mengakses cerita-cerita karangan penggemar lain (*fan fiction*) yang isi ceritanya terdiri dari berbagai macam genre, termasuk cerita dengan tema-tema dewasa yang erotis bahkan

banyak pula yang bertema homoseksualitas. Cerita-cerita ini tidak disensor sehingga remaja-remaja ini menjadi terespos hal-hal yang belum sepatutnya mereka ketahui.

PEMBAHASAN

Pada penelitian ini ditemukan bahwa media televisi dan media sosial adalah kunci utama tersebarnya budaya pop Korea ke seluruh dunia. Media televisi sebagai bagian dari media massa, dikatakan oleh Jalaluddin Rakhmat memiliki pengaruh tersendiri dalam membentuk aspek kognitif seseorang, yang kemudian disebut sebagai efek prososial kognitif. Pengertian dari efek prososial kognitif lebih menekankan pada dampak yang ditimbulkan oleh siaran media terhadap penanaman pengetahuan, pengertian, dan keterampilan (Unde, 2014).

Media televisi lah yang menjadi penanam pengetahuan baru tentang budaya pop Korea pada masyarakat Indonesia, khususnya remaja yang memang mudah untuk dipengaruhi. Penanaman pengetahuan oleh media televisi kemudian dilanjutkan lebih dalam lagi oleh media sosial. Remaja yang sudah diperkenalkan dengan budaya pop Korea, memanfaatkan media sosial untuk mengenal lebih jauh lagi mengenai budaya pop Korea, sebuah budaya baru yang berbeda dengan budaya Indonesia. Tak hanya menjadi penggemar biasa saja, para remaja ini juga berubah menjadi penggemar yang fanatik.

Hasil temuan data di atas menunjukkan keterkaitan antara penggunaan media televisi dan media sosial dengan fanatisme penggemar budaya pop Korea. Remaja-remaja penggemar budaya pop Korea ini menunjukkan sifat-sifat seorang fanatik yang oleh Marima ditandai dengan adanya ikatan emosional tingkat tinggi dan keterikatan, komitmen, disertai dengan “perilaku mendukung secara proaktif” (Marima, 2011). Para penggemar ini mendukung idolanya dengan membeli album yang harganya terbilang mahal sampai mengikuti *voting-voting* untuk membantu idolanya menang dalam acara penghargaan musik. Mereka merasa bangga dan senang ketika idolanya berhasil menang.

Albert Bandura mengemukakan gagasan bahwa media massa merupakan agen sosialisasi utama selain orang tua, keluarga besar, guru, sekolah, teman, dan seterusnya (Hurley & Charter, 2005). Media massa dan media sosial menjadi agen sosialisasi budaya pop Korea untuk mendapatkan perhatian dari hampir semua penggemar budaya pop Korea. Para remaja yang telah mengenal budaya pop Korea kemudian merasa tertarik dan terus mengingat budaya pop Korea ini. Pada tahapan selanjutnya hasil ingatan informan tadi berubah menjadi perilaku. Contohnya saja seperti keinginan remaja-remaja ini untuk mencoba mencicipimakanan Korea yang selalu dilihatnya, serta keinginan mereka untuk belajar bahasa Korea yang masih menjadi penghalang mereka dalam berkomunikasi dengan idolanya.

Remaja penggemar budaya pop Korea ini telah terkena hegemoni budaya yang ditanamkan oleh petinggi-petinggi industri hiburan Korea. Remaja-remaja ini menjadi konsumtif sehingga selalu membeli album fisik, aksesoris, dan *merchandise-merchandise* sebagai bentuk dukungan terhadap idolanya atau karena memang ingin memilikinya saja. Bahkan ada penggemar yang membeli dua album sekaligus padahal kedua album tersebut memiliki isi yang sama hanya saja keduanya memiliki versi sampul yang berbeda. Terkadang musik-musik yang terdapat dalam album yang dibeli tidak sesuai dengan selera penggemar tersebut, tapi ia tetap membelinya sebagai bentuk loyalitas dan karena memang informan sudah terkena hegemoni. Harga album yang rata-rata seharga Rp 500.000 keatas tidak menjadi masalah dan penghalang bagi informan untuk membelinya. Media sosial menjadi sarana petinggi-petinggi industri hiburan Korea untuk menyebarkan hegemoninya.

Hegemoni yang dimaksudkan di sini adalah proses dominasi, dimana sebuah ide menumbangkan atau membawahi ide lainnya yang pada akhirnya dilihat dan dianggap sebagai sebuah kebenaran tanpa harus melakukan kritik ideolog lagi. Hegemoni tercipta karena kemajuan media serta pengalaman populer masyarakat terkait

dengan konsumsi. Media menciptakan popularitas konsumsi barang-barang komoditi. Ini merupakan bagian dari kapitalisme konsumsi. Terjadi penyeragaman rasa, baik dalam konsumsi barang-barang fisik sampai dengan ilmu (Wuryanta, 2011). Penggunaan media televisi dan media sosial oleh penggemar fanatik budaya pop Korea adalah sebuah studi fenomenologi karena fenomena yang muncul ini merupakan realitas yang nyata terjadi di tengah-tengah masyarakat. Media televisi dan media sosial menjadi jembatan penggemar untuk menjadi fanatik, dan media sosial juga menjadi jembatan bagi penggemar untuk memenuhi kebutuhan fanatisnya. Fenomena-fenomena yang telah peneliti jelaskan sebelumnya merupakan fenomena yang terjadi akibat fanatisme penggemar budaya pop Korea ini.

KESIMPULAN

Dari hasil analisis dari penelitian ini dapat ditarik beberapa kesimpulan, antara lain; remaja penggemar budaya pop Korea di kota Makassar menggunakan media televisi dan media sosial dalam mengakses konten budaya pop Korea, tetapi penggunaan media sosial lebih besar porsinya dibandingkan dengan media televisi. Intensitas penggunaan media sosial oleh para penggemar ini sangat tinggi. Media sosial digunakan oleh para penggemar ini untuk mengakses konten-konten budaya pop Korea dan untuk mengetahui informasi terbaru dari idolanya. Terdapat beberapa fenomena yang ditimbulkan oleh budaya pop Korea dalam kehidupan Remaja kota Makassar, yaitu: mendownload konten-konten budaya pop Korea secara ilegal; mengoleksi album fisik dalam bentuk CD; menonton konser musik pop Korea secara langsung; bergabung dengan Komunitas penggenmar (*fanbase*); mengoleksi *merchandise*, aksesoris, dan pakaian yang berhubungan dengan budaya pop Korea; dan perubahan pada gaya hidup remaja Makassar, dalam hal makanan, bahasa, sekaligus gaya hidup remaja sehari-hari. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka ada beberapa saran yang peneliti

sertakan yaitu kepada penggemar budaya pop Korea agar mengurangi atau menghilangkan kebiasaan untuk mendapatkan konten budaya pop Korea secara ilegal, karena kini sudah tersedia cara-cara legal melalui media sosial dan kepada orang tua agar mengawasi setiap pergerakan anak-anak pra remaja dan anak remajanya dalam menggunakan media sosial, karena tidak sedikit anak-anak remaja saat ini yang terekspos konten-konten dewasa melalui media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin B. (2003). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Cresswell J. W. (1998). *Research Design: Qualitative and Quantitative Approach*. California: Sage Publications
- Eriyanto (2007). *Analisis Framing : Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta :LKIS
- Hurley & Charter N. (2005). *Perspective of Imitation*. Cambridge MA: MIT Press
- Korean Culture and Information Service. (2011). *The Korean Wave: A New Pop Culture Phenomenon*. Korea: Ministry of Culture, Sports and Tourism
- Marima K. (2011). The Many Faces Of Fanaticism. *ENDC Proceedings*, 14: 29-55
- Moleong L. J. (2001). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Unde A. A. (2014). *Televisi & Masyarakat Pluralistik*. Jakarta: Prenada
- Wuryanta E.W. (2011). Di antara Pusaran Gelombang Korea (Menyimak K-Pop di Indonesia). *Jurnai Universitas Paramadina*, 3: 80
- Youna K. (2013). *The Korean Wave: Korean Media Go Global*. New York: Routledge