



Budaya K-Pop dan Kebiasaan Mahasiswa Di Era Digital

Nasri Indra Padang¹, Najamuddin², Supriadi Torro³, Firdaus W. Suhaeb⁴

^{1,2,3,4}Prodi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Program Pascasarjana, Universitas Negeri Makassar,
Makassar 90221

nasripadang28@gmail.com, najamuddin@unm.ac.id, supriaditorro@unm.ac.id,
firdaus.w.suhaeb@unm.ac.id

(Diterima : 01-Mei -2024; Disetujui: 25-Juli-2024; Online: 20-September-2024)



©2022 The Authors. Ini adalah artikel dengan akses terbuka dibawah license CC BY-NC-4.0
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

ABSTRACT

The objectives of this research are to examine (1) the factors in driving students' interest in K-Pop culture; and (2) the impact of K-pop culture on the students' habits in Universitas Negeri Makassar. This research employed a descriptive analysis qualitative research method. There were 10 informants in collecting the data by employing a purposive sampling technique with the criteria students who like to upload photos or videos related to K-Pop or use K-Pop idol profiles on social media, use K-Pop symbols, and have a K-Pop style appearance. Data collection was conducted by employing observation, interviews, and documentation. The data validity technique employed time triangulation, namely assessing the credibility of the data by checking the data obtained repeatedly at different times. Data analysis techniques were conducted by condensing the data, presenting the data and drawing conclusions. The results of the research reveal that (1) the factors in driving students' interest in K-Pop culture can be seen from (a) social media factors; (b) self-expression factor; and (c) peer and family factors; (2) the impact of K-Pop culture on the students' habits in Universitas Negeri Makassar based on the positive impacts are as follows: (a) increasing networks to strengthen solidarity; (b) self-motivation to learn foreign languages and develop talents. Meanwhile, the negative impacts can be seen from (a) difficulty in managing the time; (b) wasteful; and (c) exclusive and selective in socializing.

Keywords: K-Pop Culture; Student's Habits; Digital Era

1. PENDAHULUAN

Perkembangan zaman terjadi begitu pesat, ditandai dengan adanya perubahan yang terjadi secara universal di dunia. Pastinya kondisi saat ini berbeda dengan keadaan terdahulu, perubahan yang terjadi sangat berpengaruh dengan kehidupan masyarakat dikemudian hari. Modernisasi identik dengan teknologi yang kini berdampak bahkan menjadi kebutuhan manusia, kemajuan teknologi memberikan dampak besar. Arus globalisasi dan modernisasi menjadi penyebab adanya perubahan disegala aspek kehidupan. Dengan berkembangannya teknologi membuat keadaan semakin transparan yang disebabkan memudahkan budaya luar masuk ditengah-tengah masyarakat terkait dengan budaya. Dapat dilihat masyarakat aktif dalam memperoleh informasi yang mereka butuhkan atau inginkan. Salah satunya yakni budaya K-Pop yang sekarang banyak disukai oleh kalangan anak muda, budaya K-Pop merupakan budaya musik yang asal muasalnya dari korea selatan.

Perkembangan budaya K-Pop ke Indonesia sekitar tahun 2012, saat itu sedang dalam masa kejayaan. Sejak ada lirik lagu milik PSY berjudul "Gangnam Style" sedang terkenal dimana-dimana. Kemudian dari situ banyak orang mulai mencari mengenai

budaya K-Pop melalui berbagai macam media sosial seperti *YouTube* atau *Instagram*. Akan hal tersebut membuat adanya ketertarikan yang signifikan bagi anak-anak muda (Amroshy & Ulum, 2014) sebab dari nuansa pandemik anak muda mengalami kesulitan dalam melepaskan kepenatannya, mengakibatkan cenderung orang-orang memutuskan untuk menyenangkan diri dengan cara melihat atau menonton sesuatu yang berbau korea. Berdasarkan laporan dari good stats, Indonesia menduduki peringkat pertama sebagai negara dengan fans K-Pop terbanyak didunia, konsisten Indonesia sebagai penggemar budaya K-Pop terbanyak di dunia terlihat bertahan dari tahun sebelumnya dalam kategori peringkat negara dengan jumlah tweet terkait K-Pop paling banyak di dunia, berdasarkan survei yang dilakukan oleh Tirto.id, music atau lirik lagu merupakan alasan terbesar masyarakat Indonesia termasuk mahasiswa menggemari budaya K-Pop, presentase responden yang memilih alasan tersebut mencapai 77,15 persen. Berikut sebanyak 71 persen respinden menyampaikan bahwa penampilan artis K-Pop, diiringi dengan beberapa arguemn lainnya seperti koreografi (66,76 persen), visual (61,07 persen), karakter personil dalam grup (57 persen), serta lainnya (1,08 persen). Survei dilakukan pada periode 19-20 desember 2022 dengan melibatkan responden sebanyak 1.500, rentang usia mulai dari 15-39 tahun, mayoritas responden tercatat berusia mencapai 20 - 25 tahun dengan propoersi mencapai 33,40 persen dari total responden. Menurut info berita satu.com.

Budaya K-Pop di Indonesia yang merejalela begitu pesat mengakibatkan pemuda dan pemudi bangsa sangat terpengaruhi dengan adanya budaya K-Pop salah satunya di kampus Universitas Negeri Makassar yang bisa dilihat banyak sekali penggemar budaya K-Pop dan bergabung dalam fandom diantaranya BTS yang menjadi urutan tertinggi disusul Blackpink, EXO-L, Zerebasone, Ive, Treasure, NCT-Zen, Briiize, Zoerose, ZBI, Seventeen, NCT 127, NCT Dream, Enhypen dan Aespa. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Evi Fauziah dengan judul gaya hidup mahasiswa penggemar budaya populer korea di lingkungan Prodi Pendidikan IPS Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Makassar, keberadaan penggemar budaya K-Pop benar adanya untuk mengidentifikasi seorang penggemar K-Pop dapat dilihat dari motifnya yakni gaya berpenampilan seperti gaya korea meliputi atribut pakaian, tas, sepatu, sandal, serta merchandise sesuai dengan ketentuan fandomnya.

Pengaruh budaya K-Pop memang dapat menciptakan berbagai dinamika dan tantangan, termasuk terkait dengan aspek materialisme dan hedonisme. Dalam konteks pembelian merchandise K-Pop, seperti PC (Photo Card), Post card, dan stiker, terlihat bahwa para penggemar sering kali terlibat dalam aktivitas konsumtif dengan harapan memperoleh barang-barang tersebut sebagai bagian dari dukungan terhadap idol favorit mereka. Pembelian album dengan harapan mendapatkan PC dari idol favorit menjadi suatu bentuk motivasi konsumtif yang dapat menciptakan tekanan finansial pada beberapa individu. Adanya ketidakpuasan jika tidak mendapatkan barang yang diinginkan juga dapat mendorong perilaku mencari atau bahkan melakukan trading, yang pada akhirnya dapat menjadi bentuk dari hedonisme. Hedonisme, yang menekankan pada pencarian kepuasan dan kenikmatan, dapat terlihat dalam upaya para fans untuk memenuhi keinginan mereka terhadap barang-barang tersebut. Perlu diingat bahwa sifat konsumtif ini dapat menciptakan tekanan psikologis dan finansial pada beberapa individu, terutama jika mereka merasa tergantung pada pemenuhan keinginan tersebut untuk merasakan kebahagiaan. Penting untuk memahami bahwa budaya konsumtif ini dapat memiliki dampak yang berbeda pada setiap individu. Beberapa mungkin mampu mengelola dan menikmati hobi ini tanpa terlalu terpengaruh secara negatif, sementara yang lain mungkin mengalami konsekuensi yang lebih serius. Oleh karena itu, penting untuk mendorong kesadaran akan kesehatan mental dan

keuangan di kalangan penggemar budaya K-Pop agar mereka dapat menikmati hobi mereka tanpa merugikan diri mereka sendiri secara berlebihan (Maghfirah, 2022).

2. METODE

Penelitian ini menerapkan metode penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif. Penelitian deskriptif dengan menggunakan data kualitatif. (Sukmadinata, 2005:18) Penelitian kualitatif perhatiannya cenderung mengarah pada pembentukan teori substantif berdasarkan konsep-konsep yang muncul dari data empiris. (Zuriah, 2009:91) penelitian deskriptif berfokus pada masa actual yang sesungguhnya terjadi waktu penelitian berlangsung. Melalui penelitian deksriptif, peneliti berupaya untuk mendeskripsikan peristiwa dan kejadian yang menjadi titik pusat tanpa memberikan perlakuan khusus terhadap peristiwa tersebut. Maka dari itu, peneliti harus mempunyai bakal teori dan wawasan yang luas agar dapat bertanya, menganalisis dan mengonstruksi mencakup perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain sebagainya (Kharunnisa, 2019) (Oktavia 2016).

Menganalisis hasil temuan dari peneliti lalu dibuat dalam bentuk tulisan narasi atau substansif. Peneliti berusaha menggambarkan pada rumusan masalah yakni faktor pendorong mahasiswa tertarik dengan budaya K-Pop dan apa dampaknya bagi mahasiswa secara detail, terkini dan terstruktur. Lokasi penelitian berada di Kampus Universitas Negeri Makassar. Penentuan informan dengan teknik *purposive sampling* dengan beberapa kriteria yang harus di penuhi diantaranya Mahasiswa yang gemar mengunggah foto, video dan memakai profil idol K-Pop di media sosialnya, menggunakan simbol K-Pop dan berpenampilan ala K-Pop. dalam mengumpulkan data dengan cara pengamatan, wawancara dan dokumentasi dengan instrument penelitian adalah peneliti sendiri. (Usman & Setiady Akbar, 2017) Data dianalisis melalui kondensasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. (Matius B Miles et al., 2014).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor Daya Pendorong Mahasiswa Universitas Negeri Makassar tertarik dengan Budaya K-Pop

Setiap penggemar K-Pop tentunya memiliki alasan tersendiri sehingga tertarik dan memutuskan pilihan untuk menjadi penggemar K-Pop. faktanya budaya K-Pop mempunyai khas tersendiri dan memiliki daya tarik yang mampu membuat banyak massa dari semua kalangan untuk mengandrunginya termasuk mahasiswa Universitas Negeri Makassar. Berawal dari industry hiburan yaitu K-Pop dan Drama korea yang mengawali era kebudayaan korea di puncak internasional. Keberhasilan industry hiburannya turut mengikutsertakan nilai, pola hidup, kehidupan sosial, sistem tradisi serta kepercayaan yang dianut oleh orang-orang korea mulai dinikmati oleh masyarakat global. Bahkan memberikan keuntungan bagi industry fashion, teknologi, maupun otomotif di korea selatan. (Kharunnisa, 2019) Selain itu K-Pop memiliki idol yang punya karakteristik yang juga punya kesan tersendirinya dan sesuai dengan harapan yang diinginkan setiap penggemar K-Pop, sehingga banyak penggemar K-Pop yang mendukung grup atau idolnya dengan cara membeli marchandise atau memakai fashion dan make-up ala K-Pop dan merasa identitas dirinya bisa dikenal sebagai bagian dari K-Pop dan ekspresi dirinya terwadahi. berikut ini akan diuraikan hasil penelitian yang dilakukan peneliti pada budaya K-Pop dan kebiasaan mahasiswa di era digital, terkhususnya faktor daya dorong mahasiswa Univeristas Negeri Makassar tertarik dengan budaya K-Pop melihat dari faktor media sosial, ekspresi diri, teman sebaya dan keluarga.

a. Media Sosial

Media sosial yang banyak memuat banyak informasi terkait K-Pop, aplikasi yang kini menyajikan tontonan drama korea, video performance atau dance challenge K-Pop serta musiknya. Menurut informan Nur Aeni, Nadia, Nirmala dan Nurul bahwa hadirnya media sosial memudahkan mahasiswa untuk mencari, mengenal dan menggali sebuah informasi termasuk mengetahui dan tertarik dengan K-Pop. konten-konten K-Pop paling sering muncul di beranda tiktok, youtube dan instagram yang memuat video challenge, cuitan video idol K-Pop, cuplikan video drama korea dan soundtrack musik yang dikemas semenarik mungkin dan kekinian, sehingga membuat mahasiswa semakin mengembangkan dirinya lebih sering untuk menonton konten tersebut. Seperti yang dikatakan juga oleh bintang melalui media sosial membangun hubungan para sosial, semakin sering melihat konten K-Pop maka semakin besar peluang tertarik pada K-Pop dan diperkuat dengan aplikasi lainnya seperti twitter untuk mencari informasi K-Pop atau rumor-rumor K-Pop lebih luas. Ada bagian kedua Stever menyatakan bahwa terdapat tiga alasan dalam diri individu terhadap selebriti. Dimana bagian dua akan membahas alasan individu menyukai atau mengidolakan selebriti dari interaksi parasosial. Rubin & McHugh mengatakan bahwa penggemar memiliki tiga motivasi utama untuk tertarik pada selebriti, yang paling sering disebut sebagai motivasi sosial, fisik, dan tugas (G. Stever, 2013) Terdapat tiga tingkatan pada interaksi parasosial yang terjadi antara penggemar dengan idolanya yaitu,

pertama, *Entertainment social value* ada yang pada tahap ini penggemar menemukan idola mereka sebagai pelepas penat dari kehidupan keseharian mereka, dengan mencari berbagi informasi idola favorit mereka melalui media sosial yang dapat dengan mudah diakses dimana saja dan kapan saja dengan berbagai konten dan fitur yang disajikan media sosial membantu para penggemar untuk terus merasa dekat dan mengetahui berbagai aktivitas yang dilakukan oleh idola tersebut. Hal tersebut meningkatkan intensitas interaksi parasosial yang terjalin antara penggemar dan idola.

Kedua, *Intense Personal Feeling* yaitu dalam tahap ini penggemar dapat merasakan kedekatan yang lebih dalam dengan idola favorit mereka. Penggemar mengakui bahwa mereka dapat merasakan perasaan yang dirasakan oleh idola tersebut, tidak hanya itu mereka menganggap bahwa idola tersebut merupakan bagian dari teman dekat mereka yang dapat saling berbagi perasaan dan kepercayaan yang dapat menimbulkan sebuah ketergantungan kepada idola yang diakibatkan oleh tingginya intensitas interaksi kedua pihak.

Ketiga, *borderline pathological tendency* yang merupakan tingkatan tertinggi parasosial dimana para penggemar dapat melakukan hal ekstrim yang dapat merugikan diri sendiri dan orang lain demi idola favorit mereka. Namun dalam wawancara yang dilakukan oleh peneliti tidak ditemukannya penggemar yang melakukan hal ekstrim tersebut, para penggemar dalam menyukai idola mereka masih dalam batas wajar saja (Kharisma Wulandari et al., 2023) Seperti yang diungkapkan oleh Jean Baudrillard tentang teori simulacra mengarah pada *hiperallitas* memandang masyarakat kontemporer sebagai masyarakat yang telah didominasi oleh produksi, seperti media yang diproses informasi dan dunia hiburan sebagai contoh media telah berhenti dan menjadi cermin realitas atau bahkan lebih nyata. Tampilan dunia dalam media sempurna, menarik dan menghipnotis sebab tayangan yang disuguhkan lewat media bisa diedit dan diubah sesuai kebutuhan masyarakat konsumsi. (Neti Anggreni et al., 2021) Keberadaan media sosial bersama platformnya seperti *Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp* dan lainnya, telah memicu cyberspace

menjadi ruang-ruang sosial maya media sosial yang semakin ramai akan informasi dan mendorong terbangunnya tatanan masyarakat baru, yakni masyarakat siber. Masyarakat siber dicirikan tidak hanya sebagai konsumen yang mengkonsumsi simbol-simbol media tetapi mampu pula menjadi produsen realitas-realitas virtual yang mungkin saja tidak ada di dalam kehidupan nyata. Ciri masyarakat demikian memicu hiperrealitas tumbuh subur pada ruang sosial maya media sosial di masyarakat siber, dimana realitas nyata Media sosial menjadi peluang terbaik hiperealitas, sebab dapat mempresentasikan hiperrealitas menjadi realitas yang palsu (Firdaus W Suhaeb & Muhammad Ashabul Kahfi, 2016)

b. Ekspresi Diri

Dimana K-Pop dapat mewadahi ekspresi diri dan identitas tiap penggemar K-Pop yang mencakup kecantikan, penampilan, talenta melalui platform yang digunakan dengan tujuan mengeksplor diri untuk mencari inspirasi dan referensi. Secara umumnya penggemar K-Pop terinspirasi dari idolanya, selain itu bentuk ekspresi juga dengan bertemu dan berbincang dengan teman sefrekuensi. Seperti yang dikatakan oleh informan Nur Aeni, Israwati, Nurul dan Kika bahwa K-Pop memfasilitasi ekspresi mereka dari sisi kecantikan dan fashion yang pada awalnya terinspirasi dai idol mereka sehingga mengembangkan minat dan referensi tersebut lewat platform. Selain fashion dan Make-Up K-Pop juga mewadahi untuk mengembangkan minat dan bakat dari bidang olahraga, seni dan menonton dan mendengar musik serta menambah wawasan dari segi identifikasi bahasa korea hasil wawancara yang dikemukakan oleh informan Bintang, Nirmala, Namirah, Fitri dan Triskilla bahwa K-Pop melalui lukisan idol yang menarik sehingga membuat mereka terinspirasi dalam mengembangkan bakat atau talenta mereka dari seni melukis dan menggambar, minat mereka untuk membiasakan diri berolahraga yang baik untuk menjaga kesehatan dan postur badan serta menyenangkan. K-Pop memuat aplikasi tentang drama korea dan mendengar musik yang dapat memicu ekspresi diri ketika dilakukan, minat mereka untuk mengimpelentasikan bahasa korea dikesehariannya. Hal yang berbeda disampaikan oleh informan Nadia yang dapat mengekspresikan dirinya dengan bertemu dan berbincang langsung dengan sesama K-Popers. Menurut hasil temuan dari Gasparovicha Ekspresi diri didefinisikan sebagai proses seseorang menyatakan, mengungkapkan maksud, ide gagasan dan perasaan agar meningkatkan pemahaman seseorang tentang pribadinya. Ekspresi diri bukan hanya sebagai bentuk komunikasi eksternal, tetapi juga sarana untuk pengembangan diri secara internal, hal ini menciptakan ruang untuk individu dapat merenung, mengidentifikasi dan mengartikan pengalamannya (Rindra Risdiantoro, 2015)

c. Teman Sebaya dan Keluarga

Faktor teman sebaya dan keluarga, mahasiswa Universitas Negeri Makassar tertarik dengan budaya K-Pop disebabkan oleh faktor sosial, baik itu dari teman sebaya maupun keluarga yang menyukai K-Pop mampu membuat mereka juga tertarik dimulai dari kebiasaan yang mereka lakukan sehingga masuk dalam pembahasan. Hasil wawancara dengan informan Israwati, Bintang dan Fitriani mengungkapkan bahwa salah satu alasan mereka tertarik dengan Budaya K-Pop sebab pengaruh lingkungan, baik itu keluarga, teman atau kerabat yang basic awalnya menyukai K-Pop sehingga mendorong mereka untuk tertarik juga. Dimulai dari runititas dan kebiasaan yang sering dilakukan sehari-hari yang menimbulkan kesan penasaran lalu mencari tahu dan reaksinya mereka semakin menerima dan menyukai K-Pop bahkan mengeksplor dirinya lebih dalam untuk mengenal dunia K-Pop. Diperkuat hasil temuan oleh lamb faktor teman sebaya dan keluarga,

mahasiswa Universitas Negeri Makassar tertarik dengan budaya K-Pop disebabkan oleh faktor sosial, baik itu dari teman sebaya maupun keluarga yang menyukai K-Pop mampu membuat mereka juga tertarik dimulai dari kebiasaan yang mereka lakukan sehingga masuk dalam pembahasan. Hasil wawancara dengan informan Israwati, Bintang dan Fitriani mengungkapkan bahwa salah satu alasan mereka tertarik dengan Budaya K-Pop sebab pengaruh lingkungan, baik itu keluarga, teman atau kerabat yang basic awalnya menyukai K-Pop sehingga mendorong mereka untuk tertarik juga. Dimulai dari rutinitas dan kebiasaan yang sering dilakukan sehari-hari yang menimbulkan kesan penasaran lalu mencari tahu dan reaksinya mereka semakin menerima dan menyukai K-Pop bahkan mengeksplor dirinya lebih dalam untuk mengenal dunia K-Pop. Diperkuat hasil temuan oleh Lamb (2021) bahwa faktor sosial dapat dilihat dari hubungan dengan teman dan keluarga yang akan mempengaruhi agar tertarik juga dengan K-Pop. Semakin tinggi hubungan teman atau keluarga maka dampak yang diberikan juga semakin tinggi dalam mempengaruhi seseorang untuk menjadi penggemar K-Pop (Amalina Hudani, 2020).

Secara lengkap terkait faktor pendorong mahasiswa tertarik budaya K-Pop dapat disajikan dalam table berikut ini:

Tabel 1 Faktor Pendorong Mahasiswa tertarik Budaya K-Pop

No	Faktor Pendorong Budaya K-Pop	Hasil Penelitian
1	Media Sosial	Memuat algoritma K-Pop yang menarik seperti video challenge, soundtrack musik dan cuplikan pendek drama korea
2	Ekspresi Diri	1. Mengembangkan kualitas diri dari penampilan dan kecantikan 2. Mengasah talenta bidang melukis Berolahraga menjaga suasana Mood.
3	Teman sebaya dan Keluarga	Rutinitas menonton drama korea, video dan mendengar musik K-Pop sebagai pemicu ketertarikan terhadap budaya K-Pop.

Sumber: Data penelitian 2023

3.1 Dampak Budaya K-Pop bagi kebiasaan mahasiswa Mahasiswa Universitas Negeri Makassar

Pada hakikatnya dampak adalah sebuah pengaruh atau akibat yang ditimbulkan atas pilihan yang hendak dijalani, begitu pula dalam hal memilih keputusan untuk mengandrungi Budaya K-Pop. Adapun dampak budaya K-Pop bagi kebiasaan Mahasiswa Universitas Negeri Makassar diantaranya pertama, dampak positif budaya K-Pop pada kebiasaan mahasiswa yakni dengan menambah jaringan dapat membangun interaksi sosial sehingga terjadi keakraban dan solidaritas pada sesama fandom K-Popers atau sesama K-popers baik itu pada pertemuan lepas atau pertemuan event-event K-Pop yang diselenggarakan. Seperti yang dikatakan oleh informan Triskila dan Nadia selama menjadi penggemar K-Pop mereka memiliki banyak teman sehingga terjalinnya interaksi sesama yang menjadikan mereka saling akrab dan solid dengan sesama K-popersnya, menambah informasi dari diskusi kecil yang dilakukan saat hadir dalam pertemuan lepas atau event-event K-pop. cukup senada yang disampaikan Nur Aeni dan Namirah yang mengatakan bahwa dengan memiliki banyak teman mereka

dapat mengekspresikan senang, bahagia, terhibur dan healing. Diperkuat hasil temuan oleh tokoh Emile Durkheim (1964) bahwa solidaritas dilihat sebagai bentuk harmonisasi dan kepercayaan individu akan anggota kelompoknya di dalam masyarakat. Proses sosial pastinya akan selalu berhubungan dengan interaksi yang mereka lakukan sehingga menjadi bagian yang utama dalam menumbuhkan jiwa solidaritas antara anggota kelompoknya. (Jones et al., 2016).

Selanjutnya budaya K-Pop juga mendorong dampak positif pada kebiasaan untuk belajar menabung untuk lebih bertekun dan bersabar dalam mencapai tujuan yang diinginkan seperti yang dikatakan informan Bintang dan Rezkika bahwa mereka belajar menabung untuk memperoleh dan mencapai sesuatu yang mereka inginkan. Perilaku menabung yang dikemukakan oleh Tyas dan Rahmawati (2021) menekankan pada aspek finansial yang terencana dan bertujuan. Hal ini sesuai dengan konsep perencanaan keuangan yang melibatkan tindakan bijaksana terkait dengan pengelolaan uang dan investasi untuk mencapai keberlanjutan keuangan di masa depan (Fatami Hajar & Isbanah, 2023).

Setelah mengenal budaya K-Pop seseorang memotivasi dirinya untuk belajar mengetahui dan memakai bahasa asing (korea) karena untuk menambah wawasannya terhadap identifikasi budaya korea dan memotivasi diri untuk mengembangkan bakat yang dimiliki individu tersebut, seperti hasil wawancara yang disampaikan oleh informan Fitriani dan Triskila yang mengatakan bahwa budaya K-Pop memotivasi mereka untuk belajar bahasa korea untuk menambah wawasan terhadap identifikasi budaya korea dan menurut informan Nirmala bahwa dampak positif yang diberikan budaya K-Pop pada kebiasaannya adalah lebih mengembangkan bakatnya dalam bidang kesenian terkhususnya menggambar atau melukis. Pendapat dari Rike dan Rasto (2019) mengenai motivasi belajar merupakan salah satu pendrong yang muncul selama aktivitas belajar, motivasi tersebut berasal dari dua sumber utama, yaitu internal dan eksternal (Nofia Sri Yenti & Nadia Mairiza, 2022).

Kedua, dampak negatif yang meliputi kegiatan menonton drama korea, sering menghadiri event selain menghibur dan menyenangkan dapat memberikan dampak negatif bagi kebiasaan jika tidak diimbangi dengan baik, maka akan kesulitan dalam membagi waktu atau menunda-nunda waktu akhirnya banyak waktu yang terbuang yang sebaiknya bisa digunakan dengan bijak dan produktif, hasil wawancara dengan informan Bintang dan Nirmala bahwasannya dampak negatif selama menjadi penggemar K-Pop adalah kesulitan dalam membagi waktu sehingga tugas atau pekerjaan mereka lambat untuk diselesaikan dan terlambat kuliah. Selaras pendapat dari Namirah bahwa budaya K-Pop memberikan efek negatif yakni perilaku untuk menunda waktu dalam mengerjakan sesuatu, sehingga berakibat pada tugas yang dikejar deadline dan terlambat untuk datang ke kampus. Diperkuat jawaban oleh tokoh Newton (2014:6), prokrastinasi merupakan perilaku menunda suatu kegiatan atau pekerjaan hingga waktu berikutnya serta menggantikan tingkat kepentingan lebih rendah. Hal tersebut dapat berlangsung cepat bahkan dalam jangka waktu yang panjang, kegiatan tersebut dapat tergantikan dengan pekerjaan yang lebih menyenangkan. tiap personal melakukan prokrastinasi memiliki alasan sebagai pembenaran untuk kegiatannya (Wicaksono, 2017).

Selain itu dampak negatif lain yang diberikan budaya K-Pop kepada kebiasaan ialah menjadikan seseorang memiliki jumlah pengeluaran yang banyak atau bertambah sebab bagi penggemar K-Pop untuk memiliki sesuatu benda, merchandise atau menghadiri suatu event suatu keharusan agar terpenuhi keinginannya. Pengeluaran diluar kebutuhan pokok seseorang pada umumnya menjadikan seseorang lebih boros

pada pengaturan keuangan yang mereka miliki. Meski seperti itu bagi mahasiswa penggemar K-Pop tidak merasa keberatan sebab hal tersebut dilakukan untuk memenuhi keinginannya, kepuasan dan sebagai bentuk dukungan terhadap idol mereka dengan cara membeli bendanya, sehingga tindakan mereka mereka dapat digolongkan sebagai perilaku konsumtif seperti hasil temuan berdasarkan wawancara dengan informan Nadia dan Triskila menyampaikan bahwa dampak negatif pada kebiasaan mereka selama menjadi penggemar K-Pop menjadikan mereka lebih boros karena benda yang mereka peroleh memiliki harga yang mahal juga. Sejalan yang disampaikan oleh Rezkika bahwa menjadi penggemar K-Pop menjadikan mereka untuk mengeluarkan sejumlah uang yang banyak baik itu untuk membeli merchandise, membeli pakaian fashion ala K-Pop serta menghadiri sebuah event-event K-Pop.

Dari hasil analisis yang dilakukan pada penelitian ini ditemukan bahwa dampak negatif budaya K-Pop pada kebiasaan mahasiswa Universitas Negeri Makasar tentunya menjadikan mereka perilaku boros untuk membeli suatu benda yang harganya pasti mahal atau menghadiri sebuah event yang juga mengeluarkan uang tidak sedikit untuk memenuhi keinginan, kepuasan dan kesenangan pribadi. Pendapat dari Sumarto dan Djabar mengenai perilaku konsumtif yang menyoroti beberapa aspek yang bisa diperkuat dalam konteks tindakan konsumtif modern dengan faktor-faktor psikologis, emosional dan sosial dapat memainkan peranan besar dalam keputusan konsumen dan digunakan untuk mengembangkan strategi pemasaran dan pendekatan yang lebih efektif (Endang Dwi Astuti, 2013).

Dampak negatif lain yang disampaikan oleh Nurul Hermadya Syahrudin bahwa selama menjadi penggemar K-Pop ialah selektif dalam bergaul, artinya dengan hadirnya teman sefrekuensi yang juga menyukai K-Pop sehingga kurang dalam berinteraksi dengan lingkungan. Diperkuat hasil temuan oleh tokoh Merriam Webster mengemukakan eksklusif sebagai mengecualikan atau mempunyai potensi untuk membatasi kepemilikan, control atau penggunaan oleh seseorang atau kelompok (Gita Hastarika, 2021).

Secara lengkap mengenai dampak budaya K-Pop bagi kebiasaan mahasiswa dapat disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 2 Dampak Budaya K-Pop bagi kebiasaan Mahasiswa UNM

No	Dampak budaya K-Pop bagi kebiasaan mahasiswa	Hasil Penelitian
1	Positif	1. Menambah jaringan akan membentuk kebiasaan bersosialisasi dengan sesama K-Popers 2. Belajar menabung Memotivasi diri belajar bahasa asing dan talenta
2	Negatif	1. Kesulitan membagi waktu 2. Perilaku boros 3. Eksklusif serta selektif dalam bergaul

Sumber: Data Penelitian, 2023

4. SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan tentang fenomena “Budaya K-Pop dan Kebiasaan Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Universitas Negeri Makassar)”, maka dapat dipetik kesimpulannya yaitu:

1. Terdapat 3 faktor daya pendorong mahasiswa Universitas Negeri Makassar tertarik Budaya K-Pop diantaranya Media Sosial yang memuat algoritma K-Pop yang menarik, Ekspresi Diri sebagai sarana mengembangkan kualitas personal dan Teman serta keluarga memiliki rutinitas gemar menonton atau mendengar musik sebagai pemicu ketertarikan terhadap K-Pop.
2. Dampak budaya K-Pop bagi Kebiasaan mahasiswa Universitas Negeri Makassar terbagi menjadi 2 yakni dampak positif menambah relasi membentuk kebiasaan bersosialisasi dengan sesama K-Popers, belajar menabung, memotivasi diri belajar bahasa asing dan talenta. Dampak negatif yaitu kesulitan membagi waktu, perilaku boros dan eksklusif serta selektif dalam bergaul.

DAFTAR RUJUKAN

- Amalina Hudani. (2020). Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial dan Faktor Pribadi terhadap Keputusan Pembelian. *E-BISMA*, 102.
- Amroshy, A., & Ulum, A. (2014). Hegemoni Budaya Pop Korea pada Komunitas Korea Lovers Surabaya (KLOSS). *Paradigma*, 2, 3.
- Endang Dwi Astuti. (2013). PERILAKU KONSUMTIF DALAM MEMBELI BARANG PADA IBU RUMAH TANGGA DI KOTA SAMARINDA. *Psikoborneo*, Volume 1 Nomor 2, 80.
- Fatami Hajar, M. F., & Isbanah, Y. (2023). Perilaku Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Kontrol Diri, dan teman sebaya terhadap Perilaku Menabung Penggemar K-Pop. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 11 Nomor 2, 484.
- Firdaus W Suhaeb & Muhammad Ashabul Kahfi. (2016). *FENOMENA HIPERREALITAS MASYARAKAT PADA MAKANAN*. Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial Membentuk Karakter Bangsa Dalam Rangka Daya Saing Global.
- Gita Hastarika. (2021). Akses dalam Praktik Pemerantaraan Kesenian di Indonesia. *Antropologi Indonesia*, Volume 42 Nomor 2.
- Jones, Bradbudy, Liza, Boutiller, & Shaun le. (2016). *Pengantar Teori-teori Sosial*. Yayasan Obor Indonesia.
- Kharisma Wulandari, Sugandi, & Hairunnisa. (2023). Interaksi Parasosial Dan Tingkat Loyalitas Konsumen Remaja Akhir Penggemar Korean Pop (K-Pop) Di Samarinda. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(2), 2165.
- Kharunnisa, D. (2019). *Budaya K-Pop dan Kehidupan Sosial Remaja (Studi Kasus pada Mahasiswa Jurusan IPS Fakultas Ilmu Hukum Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta)*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Maghfirah, risya S. (2022). PENGARUH BUDAYA K-POP TERHADAP KEHIDUPAN MAHASISWA UNIVERSITAS DIPONEGORO. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 3.
- Matius B Miles, Michael Huberman, & Jhony Saldana. (2014). *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook*. AAGE:Publication Inc.
- Neti Anggreni, Firdaus W Suhaeb, Moh. Thamrin Mappalahere, & Hasruddin Nur. (2021). Hegemoni Budaya Jepang dalam Gaya Hidup (Studi Sosiologi Pada Komunitas Cosplay Makassar Suki Makassar). *Phinisi Integration Review*, 4 Nomor 3, 567.
- Nofia Sri Yenti & Nadia Mairiza. (2022). Dampak Budaya Korea Pop (K-Pop) terhadap Tingkat Moviasi Belajar Mahasiswa Univeristas Negeri Padang. *Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni Dan Budaya*, Volume 2, Nomor 2, 179.
- Oktavia, F. (2016). Upaya Komunikasi Interpersonal Kepala Desa Borneo Sejahtera Dengan Masyarakat Desa Long Lunuk. *Ilmu Komunikasi*, 4(1), 239–253.

- Rindra Risdiantoro. (2015). Belajar dan Ekspresi Diri: Kajian Subyektif Wellbeing pada Mahasiswa. *Seminar Psikologi Dan Kemanusiaan*, 295.
- Sukmadinata, N. S. (2005). *Metode Penelitian Pendidikan*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Usman, H., & Setiady Akbar, P. (2017). *Metodologi Penelitian Edisi Ketiga*. PT Bumi Aksara.
- Wicaksono, L. (2017). PROKRASTINASI AKADEMIK MAHASISWA. *Jurnal Pembelajaran Prospektif*, Volume 2 Nomor 2, 67.
- Zuriah, N. (2009). *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan Teori-Aplikasi*. PT Bumi Aksara.