

Fenomena Komunikasi Perilaku Kompetitif Pada Komunitas Remaja Fandom Exo-L Di Kota Makassar

Irmawati

irmaisk2@gmail.com
 Universitas Muslim Indonesia

Ahdan

ahdan.s@umi.ac.id
 Universitas Muslim Indonesia

Izki Fikriani Amir

izkiamir@umi.ac.id
 Universitas Muslim Indonesia

Abstrak: Budaya Pop atau budaya populer merupakan efek dari globalisasi dan berkaitan dengan masalah sehari-hari seperti *superstar*, *fashion* transportasi, gaya hidup, dan sebagainya yang dapat dinikmati oleh semua orang atau kalangan tertentu. Meningkatnya penggemar *K-pop* diseluruh belahan dunia memunculkan berbagai macam komunitas fans atau penggemar *K-pop* yang sering disebut *fandom*. *Fandom* adalah *fans club* atau nama kelompok fans dari grup tertentu. *K-Pop* memiliki banyak penggemar tidak hanya di ibukota (Jakarta), tetapi juga ikut dalam komunitas *Fans club K-Pop* sesuai dengan daerah mereka. *Musik Pop* korea memiliki banyak penggemar setia yang terbagi dalam komunitas *fandom* yang sesuai dengan boyband atau girlband idola. Beberapa komunitas fandom tersebut antara lain ELF, Army, Blink, EXO-L, CITIZen, Sone dan masih banyak lagi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui fenomena perilaku kompetitif dalam aktivitas pada komunitas remaja fandom EXO-L di Makassar. Metode yang digunakan adalah kualitatif analisis deskriptif menggunakan Pendekatan Fenomenologi dengan Teknik pengumpulan data observasi dan wawancara secara mendalam. Teori yang digunakan adalah teori atribusi, Kelompok, dan Konstruksivisme. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan pada perilaku kompetitif penggemar remaja fandom EXO-L. Kecenderungan pada K-POP EXO-L menjadi fanatic dan akan berdampak pada perilaku kompetitifnya, seseorang yang fanatic akan cenderung berperilaku kompetitif untuk membuat idolnya lebih unggul dari yang lain.

Kata Kunci : Perilaku, Komunitas Fandom EXO-L, dan Kompetitif

Abstract : *Pop culture or popular culture is the effect of globalization and deals with everyday problems such as superstars, transportation fashion, lifestyle, and so on that can be enjoyed by everyone or a particular community. The increasing number of K-pop fans around the world has led to a wide variety of fan communities or K-pop fans often called fandom. Fandom is a fan club or fan group name of a particular group. K-Pop has many fans not only in the capital (Jakarta), but also participates in the K-Pop Fan club community according to their region. Pop Korean music has many loyal fans who are divided into fandom communities corresponding to boy bands or idol girl bands. Some of the fandom communities include ELF, Army, Blink, EXO-L, CITIZEN, Sone and many more. This research aims to find out the phenomenon of competitive behavior in activities*

in the youth community of EXO-L fandom in Makassar. The method used is qualitative descriptive analysis using the Phenomenological Approach with in-depth observation and interview data collection techniques. The theory used is the theory of attribution, group, and constructionism. The results of this study show that there is a positive and significant relationship in the competitive behavior of EXO-L fandom teenage fans. The tendency for EXO-L K-POP to be fanatic and will have an impact on its competitive behavior, a fanatic will tend to behave competitively to make his idols superior to others.

Keywords: Behavior, EXO-L Fandom Community, and Competitive

PENDAHULUAN

Budaya Pop atau budaya populer merupakan efek dari globalisasi dan berkaitan dengan masalah sehari-hari seperti *superstar*, *fashion* transportasi, gaya hidup, dan sebagainya yang dapat dinikmati oleh semua orang atau kalangan tertentu (Soraya,2013: 4). Di era modern dan pesatnya kemajuan teknologi ini menjadi salah satu faktor pendukung terjadinya pertukaran informasi dan budaya asing dari negara-negara lain. Korea selatan merupakan salah satu Negara yang paham betul terkait dengan kemajuan teknologi yang digunakan untuk menyebar luaskan budaya korea atau yang disebut dengan *korean wave* (aryanti,2017).

Budaya korea atau *Korean wave* yang semakin meluas terutama dalam bidang musik sering disebut dengan fenomena *k-pop* atau *Korean pop*. *Korean pop* merupakan salah satu produk *hallyu* secara luas digunakan untuk mendeskripsikan berbagai jenis aliran musik yaitu pop, rock, R&B, hiphop atau gabungan dari genre-genre musik yang ada.

Indonesia pun tak lepas dari gempuran virus *K-pop* ini. Budaya *K-pop* awalnya hanya mengacu pada musik pop dari korea selatan, namun seiring berkembangnya zaman budaya *K-pop* semakin meluas, bukan hanya musik tapi juga film, drama, *variety show*, bahasa dan kebudayaan korea. Akulturasi budaya Indonesia dan budaya korea pertama kali masuk ke indonesia di tahun 2002 pada acara *korea-japan word cup* yang berakhir dengan masuknya korea sebagai kekuatan empat besar dunia dalam hal persepakbolaan. Hal tersebut semakin membuat nama korea mendunia dan beberapa televisi swasta tanah air bersaing untuk menayangkan film maupun drama korea (amrullah & lestari,2016: 3976). Budaya k-pop tersebut langsung populer di Indonesia dan mendapat banyak penggemar.

Meningkatnya penggemar *K-pop* diseluruh belahan dunia memunculkan berbagai macam komunitas fans atau penggemar *K-pop* yang sering disebut *fandom*. *Fandom* adalah *fans club* atau nama kelompok fans dari grup tertentu. *K-Pop* memiliki banyak penggemar tidak hanya di ibukota (Jakarta), tetapi juga ikut dalam komunitas *Fans club K-Pop* sesuai dengan daerah mereka. *Musik Pop* korea memiliki banyak penggemar setia yang terbagi dalam komunitas *fandom* yang sesuai dengan boyband atau girlband idola. Beberapa komunitas *fandom* tersebut antara lain ELF, Army, Blink, EXO-L, CITIZen, Sone dan masih banyak lagi.

Peneliti memilih komunitas *fandom* EXO-L sebagai subjek penelitian

karena *fandom* ini merupakan komunitas yang aktif dan memiliki banyak anggota, selain itu EXO-L juga terkenal dengan kekompakan dan totalitas dalam mendukung *boygroup* EXO. Komunitas EXO-L Makassar berdiri pada tanggal 19 september 2015. EXO-L merupakan komunitas *fans* dari *boygroup* EXO, Kepanjangan dari nama EXO-L yaitu EXO Love yang memiliki makna orang-orang yang berarti dan dicintai EXO. Kegiatan komunitas *fandom* EXO-L Makassar ini beragam, mulai dari nonton bersama CD konser, film yang dibintangi member EXO, perayaan ulang tahun member EXO dan hari jadi EXO & EXO-L, hingga kegiatan donasi dan buka bersama.

Menurut Hasil penelitian yang dilakukan oleh *Korean cultures and information service* (KOCIS) kepada penggemar *K-Pop* menyatakan bahwa, sekitar 66% penggemar *K-pop* berada di usia remaja dan dewasa awal usia 20 tahunan, 18% penggemar berusia 30 tahunan, 8% berusia 40 tahunan, 6% berusia 50 tahunan dan 2% berusia diatas 60 tahun (KOCIS, 2011:27). Hasil penelitian tersebut juga sesuai dengan hasil yang didapatkan peneliti bahwa mayoritas *K-popers* dan anggota komunitas EXO-L adalah remaja.

Remaja cenderung memiliki perilaku kompetitif, terutama karena begitu banyaknya pengaruh dari sosial dan kurangnya kepercayaan diri. Perilaku kompetitif menjadi sesuatu yang tidak dapat dihindari. Mayoritas remaja akan mengembangkan lingkungan dinamis yang membuat dalam suatu kelompok berkompetisi satu sama lain untuk mendapatkan sebuah pengakuan. Kompetitif dapat memiliki tingkatan yang normal dan melekat pada individu dalam upaya meraih suatu pencapaian, namun perilaku kompetitif yang berlebihan memiliki kemungkinan menjadi kontraproduktif (Thornton, Ryckman, & Gold, 2011).

Perilaku kompetitif merupakan sebuah sikap dimana fokus utama dalam berkompetisi tidak pada hasil, melainkan lebih kepada menikmati suatu kegiatan selama menjalankan prosesnya. Pribadi dengan perilaku kompetitif yang seperti ini lebih berfokus terhadap pemahaman diri dan pengembangan diri. Dengan begitu, pribadi tersebut tidak memandang orang lain sebagai halangan/rintangan dalam mencapai tujuannya, melainkan sebagai partner atau penolong yang dapat membantunya mengembangkan diri (Ryckman & Hammer, 1996).

Menurut Agnensia (2019) perilaku kompetitif yang dilakukan oleh penggemar didorong oleh fanatisme. Faktor situasional, meliputi rasa frustrasi dan konsumsi alkohol. Faktor lingkungan, terdiri dari lingkungan sosial dan lingkungan fisik. Faktor dari lingkungan sosial yang berpengaruh terhadap agresifitas seperti kemiskinan, tinggal di lingkungan bagi anak-anak, kekerasan yang terlihat jelas, pengasuhan yang buruk dan kurangnya dukungan sosial. Dari kedua faktor yang telah dijelaskan yang mendapat perhatian lebih yaitu faktor personal karena faktor personal merupakan hal yang ada pada diri. Faktor personal meliputi sifat, jenis kelamin, sikap, nilai, tujuang jangka panjang serta keyakinan. Keyakinan yang ada pada faktor personal yang dapat memunculkan perilaku agresi yang dimaksud adalah keyakinan yang berlebihan atau fanatisme (Hendra, 2018).

Fenomena fanatisme penggemar *K-pop* dapat dilihat dari aktivitas yang dilakukannya sebagai penggemar. Salah satu bentuk fanatisme adalah kegiatan

konsumsi. Seorang penggemar tidak bisa dilepaskan dari kegiatan konsumsi. Konsumsi mengisyaratkan ketidaklengkapan; sesuatu yang hilang. Penggemar *K-Pop* dikenal sangat konsumtif. Kegiatan konsumsi yang dilakukan contohnya adalah dalam membeli bermacam-macam *merchandise* seperti album, *official photocard* dan semua yang berhubungan dengan *boygroup* idola dengan harga yang tinggi, kegiatan ini memengaruhi perilaku kompetitif penggemar untuk bersaing dalam pembelian *merchandise* tersebut. Singkatnya, aktivitas penggemar menjadi lebih luas dan mendalam dengan adanya pengalaman secara kolektif, yaitu kelompok penggemar atau *fandom*. Penggemar *K-pop* terkenal loyal terhadap idolanya. Kecintaan mereka terhadap *boygroup* Korea dianggap berlebihan dan tidak rasional. Media yang dikonsumsi oleh penggemar juga turut merubah aktivitas penggemar itu sendiri.

Pada penelitian ini, peneliti faktor perilaku kompetitif pada *fandom* penggemar *K-pop*, karena penggemar *K-Pop* identik dengan fanatisme dimana para penggemar akan melakukan yang terbaik untuk idola yang dikagumi sehingga tak jarang terjadi persaingan didalam *fandom* tersebut. Selain itu individu atau penggemar dengan fanatisme cenderung bersikeras terhadap ide-ide mereka yang menganggap diri sendiri atau kelompok mereka benar dan mengabaikan semua fakta dan argument yang mungkin bertentangan dengan perilaku dan keyakinan. Hal tersebut senada dengan pendapat Suryanto dan Ancok (1997) bahwa penyebab perilaku agresi dari suatu kelompok tidak jarang muncul karena adanya fanatisme dari masing-masing individu atau kelompok. Berdasarkan fenomena di atas peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana Perilaku kompetitif pada komunitas remaja *fandom* EXO-L yang berada di kota Makassar.

METODE

Jenis Penelitian

Berdasarkan masalah yang diteliti, maka pendekatan penelitian yang di gunakan adalah metode deskriptif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi. Fenomena merupakan sebuah fakta yang disadari dan dapat dipahami oleh manusia. Fenomenologi menurut Palmer (1969:128) dalam (Littlejohn dan Foss, 2013:57) berarti membiarkan segala sesuatu menjadi jelas sebagaimana adanya. Dengan demikian penulis beranggapan bahwa pendekatan fenomenologi sesuai dengan penelitian ini. Karena dalam penelitian ini, penulis berusaha mendeskripsikan sebuah fenomena fanatisme penggemar remaja pada komunitas penggemar EXO.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini direncanakan pada bulan Februari 2023 sampai April 2023. Penelitian ini akan dilaksanakan di lokasi yang dirasa nyaman oleh peneliti dan informan.

Informan Penelitian

Dalam melakukan wawancara ini, peneliti telah menentukan karakter dalam pemilihan informan yaitu: Penggemar *K-Pop* remaja Perempuan dengan usia 18-22 tahun, Sudah menjadi penggemar *K-Pop* lebih dari 3 tahun termasuk dalam *Fandom* EXO-L yang bersomisili di Makassar, Tergabung dalam

beberapa fanbase di Makassar, Aktif mengikuti perkembangan idola dan Aktivitas kegiatan penggemar dalam *Fandom EXO-L* Di Makassar.

Jenis dan Sumber Data

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung melalui wawancara, pengamatan langsung di lapangan. Sumber data primer merupakan data yang diambil langsung oleh peneliti kepada sumbernya tanpa ada perantara dengan cara menggali sumber asli secara langsung melalui responden.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh melalui perantara media atau secara tidak langsung berupa buku, catatan dokumentasi, bukti yang telah ada atau arsip yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum, namun mampu memberikan data tambahan serta pengamatan terhadap data penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dapat merupakan langkah awal yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapat data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka penelitian tidak akan memenuhi standart yang telah ditetapkan. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Observasi

Sebelum peneliti melakukan pengumpulan data dan wawancara. Peneliti melakukan observasi terhadap aktivitas penggemar pada fandom EXO-L di makassar. Observasi adalah metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan secara langsung dengan mengamati apa saja perilaku kompetitif pada aktivitas penggemar di fandom tersebut.

2. Wawancara (Interview)

Wawancara atau Interview adalah kegiatan tanya jawab secara lisan untuk memperoleh informasi. Bentuk informasi yang diperoleh dinyatakan dalam tulisan, atau direkam secara audio, visual, atau audio visual. Wawancara merupakan kegiatan utama dalam kajian pengamatan. Pelaksanaan wawancara dapat bersifat langsung maupun tidak langsung. Wawancara langsung dilakukan dengan menemui secara langsung orang yang memiliki informasi yang dibutuhkan, sedangkan wawancara tidak langsung dilakukan dengan menemui orang-orang lain yang dipandang dapat memberikan keterangan mengenai keadaan orang yang diperlukan datanya.

3. Dokumentasi

Dokumentasi sebuah cara yang dilakukan untuk menyediakan dokumen-dokumen dengan menggunakan bukti yang akurat dari pencatatan sumber-sumber informasi khusus dari karangan/tulisan, wasiat, buku, undang-undang, dan sebagainya.

Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian merupakan serangkaian langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian, yaitu; tahap persiapan, pelaksanaan penelitian dan

analisis data dan penyusunan laporan.

1. Tahap Persiapan
 Tahap persiapan merupakan langkah awal dari suatu penelitian, pada tahap ini dilakukan beberapa kegiatan: a) menentukan objek yang direncanakan, b) menentukan waktu penelitian berdasarkan permasalahan yang akan diteliti, c) permohonan ijin penelitian, d) penyusunan instrumen penelitian dan e) melakukan uji validasi penelitian
2. Tahap Pelaksanaan
 Tahap pelaksanaan dengan melakukan wawancara kepada subjek penelitian
3. Tahap Analisis dan Penyesuaian Data
 Data yang diperoleh selama penelitian kemudian dianalisis untuk mengetahui hasil dari penelitian. Data yang diperoleh yaitu tes tertulis dan wawancara, data tersebut akan dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif.

Jenis Data

1. Data primer
 Sumber data primer adalah data yang diperoleh secara langsung melalui wawancara pengamatan langsung terhadap 5 orang informan berdasarkan pada asas subjek yang menguasai permasalahan dan bersedia memberikan informasi lengkap dan akurat. Sumber data primer merupakan data yang diambil langsung oleh peneliti kepada sumbernya tanpa ada perantara dengan cara menggali sumber asli secara langsung melalui responden.
2. Data sekunder
 Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh studi kepustakaan yang terdiri dari: (a) Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data dengan menggunakan catatan atau dokumentasi yang ada dilokasi penelitian serta sumber-sumber yang relevan dengan obyek penelitian, (b) Studi kepustakaan yaitu teknik pengumpulan data dengan menggunakan berbagai literature seperti: buku, karya ilmiah dan laporan penelitian.

Instrumen Penelitian

Instrumen Penelitian adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatan mengumpulkan data, agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah :

1. Wawancara
 Wawancara ini dilakukan secara mendalam yang diarahkan pada para informan untuk mendapatkan data yang diperlukan. Teknik wawancara yang digunakan peneliti dilakukan secara langsung agar informasi yang diperoleh memiliki kapasitas yang cukup tentang berbagai aspek dalam penelitian ini.
2. Observasi
 Observasi ini dilakukan dengan melakukan pengamatan secara langsung terhadap obyek yang diteliti., penulis menggunakan teknik observasi secara langsung untuk mendapatkan data yang cukup untuk penelitian ini.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan tipe informasi untuk memperoleh data sekunder agar mendukung dan menambah bukti serta data dari sumber-sumber lain. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara mendokumentasikan dengan foto, mencatat data-data yang berkaitan dengan obyek penelitian yang diambil dari beberapa sumber demi kesempurnaan penelitian. Dokumentasi ini diperoleh dari hasil penelitian berupa foto dan dokumen-dokumen yang diperlukan.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah seorang peneliti mengumpulkan data dengan cara survey, observasi, wawancara mendalam, dan sebagainya. Setelah mengumpulkan data-data yang dibutuhkan untuk penelitian tersebut, peneliti memilah-milah atau menyeleksi data untuk dianalisis. Teknik yang digunakan pada proses analisis data penelitian disebut dengan teknik analisis data.

Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data melalui observasi dan wawancara terhadap setiap individu yang menjadi penggemar pada fandom EXO-L di Makassar.

Menurut *Matthew B. Miles* dan *Michael Huberman*, analisis kualitatif, data yang muncul berwujud kata-kata dan bukan rangkaian angka. Analisis menurut *Matthew* dan *Michael* dibagi dalam tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan. Ketiga alur yang dimaksud adalah: Reduksi data, Penyajian data, Penarikan kesimpulan.

1. Reduksi data

Reduksi data dapat diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data yang muncul dari catatan-catatan lapangan. Reduksi data berlangsung secara terus menerus selama pengumpulan data berlangsung. Reduksi data merupakan bagian dari analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulankesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi.

2. Penyajian data

Penyajian yang dimaksud menurut *Matthew* dan *Michael*, sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian yang sering digunakan pada data kualitatif pada masa yang lalu adalah bentuk teks naratif. Teks tersebut terpecah-pecah, bagian demi bagian dan bukan simultan, tersusun kurang baik, dan sangat berlebihan.

3. Penarikan kesimpulan

Tindakan yang dilakukan setelah pengumpulan data selesai adalah memverifikasi dan menarik kesimpulan berdasarkan reduksi data dan semua konten yang terdapat dalam representasi data. Verifikasi itu mungkin sesingkat pemikiran kembali yang melintas dalam pikiran peneliti selama ia menulis, suatu tinjauan ulang pada catatan-catatan lapangan, atau mungkin

menjadi begitu seksama dan menghabiskan tenaga dengan peninjauan kembali untuk mengembangkan kesepakatan intersubjektif atau juga upaya-upaya yang luas untuk menempatkan salinan suatu temuan dalam seperangkat data yang lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aktivitas penggemar pada komunitas remaja pada fandom EXO-L di Makassar.

Aktivitas penggemar pada komunitas remaja pada Fandom EXO-L ini merupakan proses penilaian yang ditentukan oleh faktor-faktor internal berupa karakteristik individu yang menerima rangsangan dari faktor eksternal yang berupa karakteristik objek yang memberi rangsangan. Pengumpulan data dilapangan pada penelitian ini, memperoleh data tentang perilaku komunitas remaja pada fandom EXO-L di kota Makassar.

Salah satu komunitas EXO-L yang dikenal dengan akun instagram @weare.eri sebagai fandom EXO-L yang sering melakukan kegiatan komunitas seperti event maupun pertemuan komunitas. Dalam komunitas mungkin saja terdapat bentuk komunikasi didalamnya baik verbal maupun non verbal.

Berdasarkan hasil penelitian aktifitas penggemar pada komunitas remaja pada Fandom EXO-L ini merupakan proses penilaian yang ditentukan oleh faktor-faktor internal berupa karakteristik individu yang menerima rangsangan dari faktor eksternal yang berupa karakteristik objek yang memberi rangsangan. Buruk atau baiknya komunikasi komunitas remaja pada fandom EXO-L di kota Makassar sangat di pengaruhi seberapa besar perhatian penggemar di samping faktor lainnya.

aktifitas yang ada pada komunitas ini diantaranya interaksi sesama penggemar seperti ikut serta dalam kegiatan komunitas baik *online* maupun *offline* yang dimana mereka dapat mengekspresikan kecintaan mereka terhadap boyband EXO dan juga aktifitas yang ada seperti turut serta dalam membeli album, *merchandise* serta produk yang bekerja sama dengan boyband EXO.

Dalam teori atribusi yang dapat peneliti dari hasil hasil wawancara yang menunjukkan adanya beberapa faktor yang dapat menjelaskan perilaku seseorang disaat melakukan tindakan yang disebabkan karena faktor sifat-sifat kepribadian orang tersebut. Jika seseorang berperilaku sesuai dan konsisten dengan skema itu, maka kita percaya bahwa hal itu terjadi karena sesuatu dalam dirinya (*dispositionally caused*).

Dalam kerangka kerja teori ini, konsep intesional (seperti keyakinan, hasrat.niat, keinginan untuk mencoba dan tujuan) memainkan peran penting. Pada dasarnya teori atribusi menyatakan bahwa bila individu-individu mengamati perilaku seseorang, mereka mencoba untuk menentukan apakah perilaku itu ditimbulkan secara internal atau eksternal (Purnaditya dan Rohman, 2015).

Perilaku yang disebabkan secara internal adalah perilaku yang berada di bawah kendali pribadi individu itu sendiri dalam keadaan sadar, seperti ciri

kepribadian, kesadaran, dan kemampuan. Perilaku fandom muncul karena adanya kesadaran yang muncul dimana informan menjelaskan bahwa ia dapat berinteraksi satu sama lain di dalam dan di luar Komunitas, ia juga mengatakan saat berinteraksi ia merasa berlatih public speaking di fandom EXO-L, hal ini juga dapat mempengaruhi bentuk perilaku untuk sesama penggemar remaja pada fandom tersebut

Berdasarkan hasil wawancara penelitian ini juga, Peneliti menemukan bahwa EXO-L: fans EXO Rela membeli apapun yang berhubungan dengan idola, bukan karena fanatic tetapi untuk menghargai jerih payah dan kerja keras idolnya. Penjualan album EXO mampu menembus angka tinggi hingga mencetak beberapa rekor penjualan album. Hal ini membuktikan bahwa EXO-L adalah salah satu kategori penggemar yang rela membeli apapun yang berhubungan dengan EXO.

Teori kelompok dalam penelitian ini digunakan untuk mengkaji bagaimana aktifitas penggemar dalam kelompok tersebut. Terdapat kelompok seperti komunitas khusus untuk mendapatkan informasi tentang EXO-L. kelompok ini juga digunakan untuk komunikasi dan interaksi antara fans EXO-L.

Semua orang dari semua golongan mempunyai potensi untuk menggemari seseorang atau suatu produk hingga bisa saja memutuskan menjadi bagian dari kelompok penggemar. Hal ini menunjukkan bahwa siapa saja bisa menjadi fans dan terkena sindrom fanatik, termasuk remaja..

Maka dari itu hasil wawancara yang di jelaskan oleh informan memenuhi unsur dari teori kelompok, karena menjelaskan bahwa ia dapat berinteraksi satu sama lain di dalam dan di luar Komunitas, ia juga mengatakan saat berinteraksi ia merasa berlatih public speaking di fandom EXO-L, hal ini juga dapat mempengaruhi bentuk aktifitas untuk sesama penggemar remaja pada fandom tersebut.

Dalam teori konstruktivisme, teori ini memberikan kebebasan kepada manusia untuk menentukan keinginannya. Dalam penelitian ini digambarkan bahwa adanya kebebasan para *fans* EXO-L untuk menentukan pilihannya menjadi penggemar EXO-L. Kebebasan remaja untuk menjadi penggemar bisa ditunjukkan dari ketertarikan (*interest*) mendalam para subjek penelitian terhadap *boy band* EXO. Dimulai dari mengenal *K-pop* melalui media massa dan teman atau saudara yang lebih dulu menyukai *K-pop*, subjek lantas mengenal *boy band* EXO dan memiliki keinginan untuk mengetahui lebih banyak tentang mereka.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan informan sebagai anggota fandom menjelaskan bahwa dengan adanya aktifitas penggemar seperti event dia bisa berkomunikasi dengan mengekspresikan perasaannya terhadap boygroup EXO. adanya kebebasan para *fandom* EXO-L untuk menentukan pilihannya menjadi penggemar. Kebebasan remaja untuk menjadi penggemar bisa ditunjukkan dari ketertarikan (*interest*) mendalam para subjek penelitian terhadap *boy band* EXO.

Perilaku Kompetitif Dalam Aktivitas Penggemar Remaja Fandom EXO-L Di Makassar

Persepsi remaja dalam aktivitas penggemar ini merupakan proses penilaian yang ditentukan oleh faktor-faktor internal berupa karakteristik individu yang menerima rangsangan dan faktor eksternal yang berupa karakteristik objek yang memberi rangsangan. Pengumpulan data di lapangan pada penelitian ini, memperoleh data tentang persepsi penggemar dalam kecenderungan perilaku kompetitif dalam aktivitas Fandom EXO-L di Kota Makassar.

Kecenderungan menjadi *Fans* dan *Fanatics* Studi tentang fans dan fandom tidak memandang segala bentuk kombinasi gender, umur, kelas, dan ras. Semua orang dari semua golongan mempunyai potensi untuk menggemari seseorang atau suatu produk hingga dapat memutuskan menjadi bagian dari kelompok penggemar.

Hal ini menunjukkan bahwa siapa saja bisa menjadi fans dan terkena sindrom fanatik, termasuk remaja. Potensi menjadi fans dan fanatic pada remaja bisa dilihat dari berbagai macam faktor. Selain banyaknya perubahan yang terjadi pada diri remaja, pengaruh sosial di sekitar remaja pun senantiasa berubah seperti tekanan teman sebaya, media massa, minat, dan lain sebagainya.

Dari ketertarikan terhadap boy band EXO, mulai muncul keinginan di dalam diri subjek untuk selalu mengetahui perkembangan yang terjadi dengan sang idola, hingga terkadang memunculkan perilaku kompetitif, yang dimana para fans berlomba-lomba melakukan voting terbanyak, streaming, hingga tak kadang membeli album dengan jumlah banyak.

Hasil penelitian menunjukkan relevansi dengan teori yang digunakan dalam penelitian yaitu adanya peran yang terkait dengan penelitian. Adanya beberapa faktor yang dapat dijadikan dasar untuk menarik suatu kesimpulan tentang perilaku fandom berpengaruh terhadap kecenderungan perilaku konsumtif yang dimiliki komunitas penggemar remaja pada *Fandom EXO-L* di Makassar, yang dimana faktor-faktor tersebut dapat menjelaskan perilaku seseorang disaat melakukan tindakan yang dimana disebabkan karena faktor sifat-sifat kepribadian orang tersebut. Dalam kerangka kerja teori ini, konsep intensional (seperti keyakinan, hasrat/niat, keinginan untuk mencoba dan tujuan) memainkan peran penting.

Berdasarkan wawancara peneliti tiga informan menjelaskan bahwa bentuk perilaku kompetitif yang muncul dalam kegiatan penggemar seperti dalam bentuk melakukan kegiatan *Streaming* Musik Video saat Boyband EXO comeback untuk meningkatkan jumlah *viewers* MV idola. Informan juga mengatakan bahwa melakukan *Voting* sebanyak mungkin agar idolnya tetap berada di posisi teratas untuk memenangkan acara musik.

Teori selanjutnya yaitu Teori kelompok dalam penelitian ini digunakan untuk mengkaji bagaimana kecenderungan perubahan perilaku dalam kelompok tersebut sebagai akibat tekanan kelompok yang diberikan salah satunya adalah perilaku kompetitif. Terdapat kelompok seperti komunitas khusus untuk mendapatkan informasi tentang EXO-L. kelompok ini juga digunakan untuk komunikasi dan interaksi antara fans EXO-L.

Konformitas merupakan perubahan perilaku atau kepercayaan anggota kelompok sebagai akibat tekanan kelompok yang diberikan. Jika ada sejumlah

anggota kelompok yang melakukan sesuatu, ada kemungkinan anggota yang lain dalam kelompok melakukan hal yang sama.

Teori ketiga yaitu teori kontruksivisme, teori ini memberikan kebebasan kepada manusia untuk menentukan keinginannya. Dalam penelitian ini digambarkan bahwa adanya kebebasan para fans EXO-L untuk menentukan pilihannya menjadi penggemar EXO-L.

Teori konstruktivisme melihat sebuah realita sebagai hasil kontruksi pemikiran seorang manusia yang didasarkan pada pengalaman dan kehidupan sosial di sekitarnya, dan tergantung dari siapa dan bagaimana orang tersebut membentuknya.

Dalam wawancara diatas informan menjelaskan bahwa untuk mengatasi perilaku kompetitif yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan sosial dengan saling menghargai persepsi antar penggemar karena berbeda idol maka pencapaiannya juga berbeda. Ia juga mengatakan untuk saling memberi dukungan agar komunikasi sesama penggemar dapat lebih baik lagi. Penjelasan laianya juga seperti saling memberi saran dan kesan yang baik , dan tidak ikut serta dalam permasalahan yang dapat membuat antar penggemar salah paham dan berburuk sangka.

Kebebasan remaja untuk menjadi penggemar bisa ditunjukkan dari ketertarikan (*interest*) mendalam para subjek penelitian terhadap *boy band* EXO. Dimulai dari mengenal *K-pop* melalui media massa dan teman atau saudara yang lebih dulu menyukai *K-pop*, subjek lantas mengenal *boy band* EXO dan memiliki keinginan untuk mengetahui lebih banyak tentang mereka.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan pada perilaku kompetitif penggemar remaja fandom EXO-L. Hubungan tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi rasa suka dan tertarik seorang remaja maka perilaku kompetitif yang dilakukan remaja tersebut juga akan semakin tinggi.
2. Kecenderungan pada K-POP EXO-L menjadi fanatic dan akan berdampak pada perilaku kompetitifnya, dimana remaja tersebut akan berusaha untuk membuat unggul idonya dari idol lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agriawan, D. (2016). *Hubungan fanatisme dengan perilaku agresi suporter sepak bola* (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang).
- Ardiansyah, F., Prihastiw, W. J., Poerwanto, A., & Psi, S. (2015). *Hubungan Tingkat Fanatik Dengan Perilaku Agresi Pada Remaja Suporter Bola Bonek Di Kecamatan Tambaksari Surabaya* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surabaya).
- Aviningtyas, A. (2019). *Dinamika Fanwar K-POP (Analisis Isi Kuantitatif Dinamika Fanwar pada Tweet Reply oleh Fandom ARMY dan EXO-L terhadap Tweet Berita@ soompi periode 1 Oktober-31 Desember 2017)* (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).

- Ayunita, T. P., & Andriani, F. (2018). Fanatisme Remaja Perempuan Penggemar Musik K-POP. *Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi*, 2(01), 676-685.
- Bungin, B. (2011). *metodologi penelitian kualitatif* (8 ed.). Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Cangara, H. (2007). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Hollows, J. (2010). *Feminisme, femininitas & budaya populer*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Kocis. (2011). *K-pop: A new force in pop music*. Korean Culture and Information Service. Ministry of Culture, Sports and Tourism (Online) di akses dari [https://www.scribd.com/doc/72761116/K-POP-A-New-Force-in-Pop Music](https://www.scribd.com/doc/72761116/K-POP-A-New-Force-in-Pop-Music)
- Kuswarno. (2013). *Metode Penelitian Komunikasi Fenomenologi*. Bandung: Widya Padjajaran
- Notoatmodjo, S. (2014). *Ilmu Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nugraini, E. D. (2016). Fanatisme Remaja terhadap Musik Populer Korea dalam Perspektif Psikologi Sufistik: Studi Kasus Terhadap EXO-L. *Semarang: Fakultas Ushuluddin Dan Humaniora Universitas Islam Negeri Walisongo*.
- Santoso, S. (2009). *Dinamika Kelompok* (Revisi ed.). Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Viktory, V. (2022). *Peran Sikap Kompetitif Terhadap Perilaku Agresi pada Pemain Game Online Remaja* (Doctoral dissertation, Universitas Tarumanagara).
- Widarti, W. (2016). Konformitas dan Fanatisme Remaja Kepada Korean Wave (Studi Kasus pada Komunitas Penggemar Grup Musik CN Blue). *Jurnal Komunikasi*, 7(2).
- Wikipedia (2022) <https://id.wikipedia.org/wiki/Exo> Diakses tanggal 19 Desember 2022
- Yumna, R., Sabila, A., & Fadhilah, A. (2020). Aktivitas fanatisme Kpop di media sosial (Analisis tekstual pada akun twitter @ WINGSFORX1). *Syntax*, 2(5), 106-115.