

BAB IV

PENGARUH BUDAYA *K-POP DANCE COVER* TERHADAP GAYA HIDUP REMAJA

Dalam pembahasan penelitian tentang Pengaruh Budaya *K-Pop Dance cover* Terhadap Gaya Hidup Remaja pada Komunitas The Nation Project Kota Bandung sebagai lokus penelitian adalah budaya Korea di Kota Bandung dan sampel yang dijadikan responden adalah komunitas The Nation Project. Oleh karena itu, sebelum membahas motivasi serta pengaruh budaya *K-Pop dance cover* terhadap gaya hidup remaja maka peneliti akan menguraikan budaya Korea di Kota Bandung dan sebaran komunitas yang penyangganya, kemudian penjelasan ini akan mengarah pada motivasi dan pengaruh budaya *K-Pop dance cover* terhadap gaya hidup remaja anggota komunitas The Nation Project. Dengan demikian, Bab IV akan disusun sebagai berikut:

4.1 Perkembangan Budaya *K-Pop* di Indonesia

Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk terbesar keempat di dunia, yang menjadikannya rumah bagi jutaan *K-Popers* yaitu sebutan untuk penggemar budaya Korea. X yang pada tahun 2019 masih bernama Twitter mengumumkan daftar negara yang paling banyak men-tweet atau membuat status mengenai artis *K-Pop* selama tahun 2019 dan Indonesia berada pada peringkat ke-3 setelah Thailand dan Korea Selatan. Selain itu, pada penayangan *video K-Pop* di Youtube, Korea Selatan ada pada posisi pertama dengan presentase 10.1% dan kemudian disusul oleh Indonesia berada pada posisi ke-2 dengan presentase yang tidak jauh berbeda dengan Korea Selatan yaitu, 9.9% (Won So, 2019).

Hadirnya *Korean wave* di Indonesia tentunya diawali dengan masuknya budaya Korea ke dalam Indonesia. Berkembangnya teknologi pada saat ini menjadi media utama penyebaran budaya Korea, melihat adanya televisi serta internet yang menjadi hiburan bagi masyarakat sehingga memudahkan masyarakat mencari tahu mengenai budaya luar khususnya budaya Korea. Fenomena Budaya Korea merupakan sebuah istilah yang digunakan untuk menggambarkan penyebaran dan popularitas produk budaya Korea yang popularitasnya melonjak seperti gelombang atau yang biasa disebut *wave* atau *Hallyu* (Dator & Seo, 2004: 32).

Fenomena Budaya Korea ini kemudian menimbulkan berbagai dampak pada bidang lain seperti *Korean food*, *Korean fashion*, dan *Korean literature*. Namun seiring berkembangnya waktu, K-drama dan *K-Pop* menjadi yang paling populer dan menarik banyak perhatian di dunia internasional khususnya pada remaja.

Awal mulanya budaya *K-Pop* hadir dengan Korean Pop atau musik-musik asal Korea Selatan dengan menampilkan *boy group* maupun *girl group* yang menari sambil menyanyi di atas panggung yang kemudian mengadakan konser musik di kota Jakarta, sehingga menambah rasa penasaran serta antusias pada warga Indonesia terhadap budaya Korea Selatan terutama dari kalangan remaja dan *boy/girl group* menjadi idola remaja di kota-kota besar di Indonesia, seperti Super Junior, Shinhwa, Big Bang, Shinee, The Wonder Girls, Kara, SNSD, 4-Minute, 2PM dan 2AM. Musik pop Korea atau yang biasa disebut *K-POP* sudah merambah ke berbagai negara, termasuk Indonesia. Hal ini tergambar pada buku *K-Pop: The International Rise of Korean Music Industry* karya Jung Bong Choi dan Roald

Maliangkay (2015) yang di dalamnya menyoroti mengenai bagaimana pengaruh *K-POP* yang saat ini telah mengglobal.

Budaya *K-Pop* ini membuat terbentuknya grup asal Indonesia yang mengusung konsep, formasi, serta cara berpakaian yang mirip dengan *boygroup* dan *girlgroup* Korea. Hal tersebut terinspirasi dari adanya budaya *K-Pop* yang masuk ke dalam Indonesia sehingga terbentuknya *boygroup* dan *girlgroup* Indonesia seperti *Cherrybelle*, *7 Icons*, *SM*SH*, *XO-IX* dan lain sebagainya, namun hal tersebut tidak berlangsung lama karena pondasi manajemen yang tidak kuat.

Perkembangan budaya *K-Pop* ini selanjutnya adanya ajang pencarian bakat yang diadakan oleh manajemen Korea Selatan di beberapa negara termasuk di Indonesia salah satunya audisi yang diadakan oleh SM Entertainment pertama kali di tahun 2006 di Jakarta dan sejak saat itu agensi tersebut beberapa kali mengadakan audisi di Indonesia. Salah satu contoh yang sukses dari audisi yang diadakan oleh agensi dari Korea Selatan adalah Dita Karang yang saat ini berhasil debut di Korea Selatan dengan group bernama Secret Number pada tahun 2020, selain itu ada pula Zayyan yang berhasil debut bersama *group* bernama Xodiac pada tahun 2023, dan yang terbaru ada Kimberley yang telah melangsungkan debutnya bersama *group* bernama VVUP pada 26 Februari 2024.

Keberhasilan yang telah dicapai oleh Dita Karang, Zayyan, Kimberley tentunya menginspirasi banyak remaja di Indonesia untuk dapat mencapai impiannya untuk berkarir di Korea Selatan, selain inspirasi tersebut muncul pula

antusiasme para remaja untuk membuat komunitas-komunitas pecinta budaya Korea seperti, komunitas pecinta Korean Drama, fandom-fandom¹ dari *boy group* dan *girl group* Korea Selatan dan yang akan dibahas pada penelitian ini yaitu komunitas *K-Pop dance cover*. Komunitas *K-Pop dance cover* yang pada saat ini digandrungi oleh remaja di Indonesia karena dengan begitu para remaja dapat menyalurkan hobinya serta kegemarannya terhadap artis dari *boy group* maupun *girl group K-Pop*.

K-Pop dance cover telah tersebar di beberapa kota di Indonesia, khususnya 3 (tiga) kota besar yaitu, Jakarta, Surabaya, dan Bandung. Komunitas di kota-kota tersebut cenderung aktif serta memiliki banyak peminatnya di kalangan remaja. Jakarta, sebagai Ibu Kota Indonesia memiliki komunitas *K-Pop dance cover* yang besar dan beragam, dikarenakan Jakarta merupakan pusat dari berbagai acara seperti adanya konser-konser dari artis *K-Pop*, *fan meet*, dan lainnya, sehingga peminat masyarakat terhadap *K-Pop* cukup tinggi. Maka dari itu, Jakarta merupakan salah satu kota yang aktif dalam kegiatan *K-Pop dance cover*. Jakarta seringkali menjadi tuan rumah bagi berbagai acara *K-Pop dance cover* salah satu contohnya adanya event tahunan yang diadakan oleh *Korean Culture Center* Indonesia bersama *The Seoul Shinmun Daily* bernama *K-Pop Dance Festival 2024*, di mana finalnya diadakan di Main Atrium Korea 360, Jakarta. Pemenang pertama dari kompetisi ini akan dijadwalkan untuk bertanding dengan pemenang negara lain dalam *World Final K-Pop Dance Festival 2024* di Seoul, Korea. Selain itu, terdapat

¹ Fauziah (2015) fandom adalah singkatan dari fan kingdom (kerajaan fan), secara singkat fandom adalah sekelompok fans yang membentuk sekelompok fans yang memiliki kesukaan yang sama seperti ELF yang merupakan fandom dari Super Junior, NCTzen fandom dari NCT

komunitas Invasion DC yang sudah cukup dikenal di kalangan remaja penggemar *K-Pop*; salah satu grup dari komunitas ini yaitu Pink Panda, pernah memenangkan kompetisi *K-Pop dance cover* Blackpink di Youtube.

4.2 Respon Remaja Terhadap Budaya *K-Pop* di Kota Bandung

Korean Culture and Information Service (KOCIS) telah melakukan riset kepada penggemar *K-Pop*, yang hasilnya memperlihatkan bahwa terdapat sekitar 66% penggemar *K-Pop* yang ada pada usia remaja dan dewasa awal sekitar usia 20 tahunan, 18% penggemar berusia sekitar 30 tahun, 8% berusia 40 tahun, 6% berusia 50 tahun, dan 2% berusia di atas 60 Tahun (*KOCIS*, 2011: 27), dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa penggemar *K-Pop* atau *K-Popers* tidak terpatok oleh umur namun tetap didominasi oleh para remaja.

Menurut teori Erik Erikson (Feist, dkk 2018: 211-212), masa remaja merupakan tahap kehidupan yang kelima yaitu *identity vs identity confusion*. Maka dari itu remaja belajar lebih banyak tentang diri mereka sendiri, siapa mereka, dan identitas mereka. Kemudian remaja tersebut mencari peran baru untuk menemukan identitas seksual, ideologis, dan profesional mereka. Identitas sendiri sudah muncul pada masa bayi, masa kanak-kanak, dan sekolah.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hilman Maulana Fadilah (2015), remaja di Bandung dapat menerima *Korean wave* karena terdapat beberapa faktor, yaitu kualitas dari kemasan atau visualisasi yang disajikan, pergaulan, serta peran media yang melatarbelakangi remaja menyukai budaya pop Korea. Hal ini juga ditunjang oleh berbagai macam produk budaya pop Korea yang semakin memasuki pertelevisian Indonesia seperti adanya tayangan drama Korea, musik *K-*

Pop, bahasa dan tulisan, kuliner Korea yang tersebar dengan nuansa cafe yang unik, penampilan atau *style* Korea, dan produk Korea lainnya seperti *gadget*, *skincare*, *makeup*

Tanda bahwa budaya *K-Pop* sangat populer di Indonesia adalah munculnya berbagai komunitas yang tertarik dengan perkembangan budaya Korea. Sebagai contohnya adanya komunitas pecinta grup *K-Pop* seperti BTS ARMY, ELF, dan NCTzen kini telah menyebar di berbagai wilayah Indonesia.

Alifah (2022) dalam artikelnya menyatakan bahwa Indonesia merupakan negara dengan penggemar *K-Pop* terbanyak di dunia terlebih pada media sosial Twitter, setelah Indonesia kemudian disusul pula oleh beberapa negara seperti Filipina, Korea Selatan, dan Thailand. Anggota komunitas ini cenderung memiliki ikatan yang kuat satu sama lain. Proses pertukaran berlangsung dengan antusias karena para anggota mempunyai ketertarikan yang sama terhadap perkembangan budaya populer Korea. Hal tersebut biasa disebut dengan sebutan *fandom* atau *fans kingdom*. Jenkins (2000) juga menyebutkan:

“one of the principal characteristics of fandom is the ability to transform personal reaction into social interaction, spectator culture into participatory culture”

“Salah satu karakteristik utama dari *fandom* merupakan kemampuan untuk mengubah reaksi pribadi menjadi interaksi sosial, budaya penonton menjadi budaya partisipatif”

Pandangan dari Jenkins tersebut mengenai konsep fandom dapat dilihat dari berbagai aktivitas yang dilakukan oleh sebagian besar masyarakat Indonesia, khususnya yang menggemari budaya Korea. Baik dari individu itu sendiri maupun yang tergabung dalam komunitas-komunitas tertentu, dapat terlihat adanya tindakan partisipatif terhadap perkembangan budaya Korea yang terjadi di Indonesia. Masyarakat Indonesia merespon perkembangan budaya Korea dengan tindakan partisipatif yang dilakukan baik secara langsung maupun aktivitas di media sosial. Salah satu contohnya, ketika ada konser dari grup musik asal Korea Selatan yaitu NCT 127 yang dilaksanakan di Jakarta pada tanggal 6-7 November 2022 yang di mana para penggemar yang menonton konser tersebut menggunakan atribut maupun menggunakan ciri khas warna dari grup NCT 127 yaitu warna hijau neon. Pada konser tersebut memperlihatkan bahwa para penggemar membawa lightstick, menggunakan pakaian berwarna hijau neon, serta membawa atribut lainnya seperti membawa photocard dari member anggota NCT 127.

Hal tersebut menunjukkan bahwa remaja penggemar *K-Pop* berusaha memperlihatkan identitas mereka sebagai pecinta budaya Korea melalui produk-produk yang digunakan, mulai dari make-up seperti *Peripera* dengan brand ambassador Doyoung dan Jungwoo NCT pada tahun 2024, gaya berpakaian yang menggunakan warna-warna dari ciri khas grup kesukaannya serta meniru gaya berpakaian anggota grup kesukaannya seperti menggunakan hoodie dengan celana jeans, produk elektronik seperti Samsung, makanan khas asal Korea yaitu Toppoki, membeli tiket konser grup kesukaannya, dan lain sebagainya. Untuk pembelian tiket konser yang terbilang cukup mahal bagi remaja yang terbagi menjadi beberapa

kisaran harga tergantung dari grup idol nya dan tahun grup tersebut konser, salah satu contohnya tiket konser dari grup NCT 127 pada 6-7 November 2022 yang terdiri dari 5 CAT dengan harga CAT 1A-B-C-D (standing) Rp2.970.000, CAT 2 (seated) Rp2.640.000, CAT 3A-B Rp1.815.000, CAT 4 (seated) Rp1.595.000, CAT 5A-B (seated) Rp1.045.000, dengan harga-harga tersebut lebih banyak penggemar yang memilih CAT 1 karena merasa lebih dekat dengan idolnya sehingga para remaja penggemar *K-Pop* tersebut dengan sukarela mengeluarkan uangnya untuk kesenangannya.

Respon remaja di Kota Bandung terhadap budaya Korea, terutama *K-Pop* dapat dilihat dari tersebarnya berbagai komunitas-komunitas *K-Pop dance cover*. Banyak anak muda Bandung yang membentuk grup *dance cover* untuk meniru serta membawakan koreografi dari artis *K-Pop* kesukaan mereka. Keberadaan komunitas ini bukan hanya menjadi wadah untuk menyalurkan hobi, tetapi juga menunjukkan seberapa besar ketertarikan remaja Bandung terhadap budaya *K-Pop*. Keberadaan komunitas ini dapat dilihat pula dari berbagai acara local dan festival yang diadakan di kota Bandung. Para penggemar *K-Pop* di kota Bandung sangat antusias dalam menjadi peserta maupun penonton. Selain itu, kompetisi *K-Pop dance cover* ini memberikan kesempatan bagi para remaja untuk menampilkan kreativitas sekaligus merasakan pengalaman sebagai idola *K-Pop*.

Antusiasme terhadap *K-Pop* dapat dilihat pula dari banyaknya studio tari yang menawarkan kelas khusus *K-Pop dance cover* di Kota Bandung, di mana studio ini membantu para remaja yang ingin mengasah kemampuannya dalam menari serta belajar dari koreografi lagu-lagu *K-Pop*. Dengan adanya hal tersebut

kualitas serta minat dari komunitas *dance cover* di Bandung semakin meningkat. Sosial media juga menjadi salah satu faktor meningkatnya antusiasme dari para remaja, melalui media sosial grup maupun komunitas *dance cover* dapat memperluas jangkauan mereka dan mendapat apresiasi yang lebih luas karena melalui media sosial ini para grup dan komunitas membagikan *video* penampilan mereka sehingga menarik perhatian para penggemar *K-Pop* lainnya untuk ikut bergabung ke dalam komunitas.

Terbentuknya komunitas *K-Pop dance cover* di Kota Bandung merupakan salah satu respon dari remaja terhadap perkembangan budaya Korea di Indonesia. Sehingga mereka dapat meluangkan waktu untuk dapat menerima budaya baru serta mempelajari sampai mendalami budaya Korea seakan-akan hal tersebut merupakan hal yang mudah dilakukan..

4.3 Komunitas *K-Pop Dance cover* di Kota Bandung

Persebaran komunitas *K-Pop dance cover* di kota Bandung cukup luas dan merata, karena kota ini dikenal dengan pusat kreativitas tercermin dari banyaknya jumlah komunitas *K-Pop dance cover* di Kota Bandung hingga adanya kompetisi antar komunitas yang diadakan oleh Fox Crew pada 24 November 2024 yang bernama Jaemichoom: Dance Of The Star. Selain itu, persebaran komunitas ini tersebar kuat berkat adanya media sosial, aktifnya komunitas di media sosial seperti Youtube, Instagram, Tiktok sehingga eksistensi mereka semakin dikenal oleh public secara luas. Popularitas serta apresiasi yang didapat melalui media sosial, membantu berkembangnya komunitas-komunitas baru yang membuat komunitas *K-Pop dance cover* di Kota Bandung semakin berkembang dan tidak hanya menjadi

tren sementara tetapi menjadi bagian dari gaya hidup sebagian besar remaja di Bandung. Dalam hal tersebut maka terbentuk komunitas yang cukup dikenal di kalangan remaja penggemar *K-Pop*, diantaranya:

1) Bandung Hansamo

Terdapat komunitas Korea tertua di Kota Bandung yang telah terbentuk sejak 10 September tahun 2006, yaitu Bandung *Korea Community* di Bandung atau biasa disebut dengan Bandung Hansamo (*반등한사모*) yang menjadi pelopor terbentuknya komunitas-komunitas budaya Korea lainnya di Kota Bandung. Komunitas Hansamo sendiri telah mendapat dukungan dari Kedutaan Besar Republik Korea Selatan yang berada di Jakarta. Komunitas Hansamo memiliki beragam kegiatan rutin yang dilakukan, mulai dari mempelajari bahasa Korea Selatan, kebudayaan, nonton film, info musik, film dan drama terbaru. Tidak hanya itu, Komunitas Hansamo ini juga menyediakan kelas-kelas khusus dengan kegiatan tertentu yaitu kelas bahasa Korea, kelas modern *dance*, kelas tradisional *dance*, kelas *vocal group* dan kelas *breakdance* untuk anggotanya (Maggie, 2018). Di dalam komunitas Hansamo ini juga telah terbentuk grup untuk melakukan *K-Pop Dance cover*.

2) Foxcrew Community

Foxcrew dimulai dari perkumpulan teman SMP yang menyukai dance dan *K-Pop*, yang kemudian membuat grup dance *K-Pop* bernama Foxyolet yang dibentuk pada tahun 2013. Kemudian memutuskan untuk memperluas relasi dengan membuat komunitas bernama Foxcrew *Community*. Dan pada saat ini Foxcrew *Community* juga telah menjadi komunitas Semi-Event Organizer. Kegiatan dari

komunitas FOXCREW ini adalah *dance cover K-POP*, membuat konten youtube *dance cover K-POP*, berpartisipasi di *event showcase* ataupun kompetisi *dance cover*, membuat *event K-POP* sejak tahun 2016. Tidak hanya *dance cover* kompetisi tetapi Foxcrew juga memulai untuk membuat event lainnya, seperti event karaoke *K-Pop (Noraebang)* yang berjudul *Foraebang* yang artinya *Forever Noraebang* atau acara *Anniversary* atau ulang tahun dari idol *K-Pop*. Adapun visi misi dari komunitas ini yaitu,

1. Visi, ingin menjadi komunitas yang legal dan tercatat dalam data pemerintah Kota Bandung
2. Misi, menjadi wadah hobi remaja di Kota Bandung agar lebih terarah dan produktif. Sebagai sarana belajar untuk kegiatan seni khususnya seni tari modern atau *K-Pop*. Dan mengadakan acara rutin satu tahun sekali untuk kompetisi atau lomba *dance cover* dengan konsep yang berbeda setiap tahunnya.²

3) Exral Production

Exral Production atau bisa di sebut dengan XP, awal nya hanya berfokus di bidang kreatif dan *entertainment*. Melalui genre musik kpop XP berkembang menjadi wadah bagi banyak anggota untuk menyalurkan hobi nya. XP mulai aktif pada tanggal 30 november 2014 dan telah memiliki beberapa divisi seperti,tim produksi, tim media dan tim *event*. Pada 14 September 2018 XP juga juga telah

² Wawancara Admin Instagram Foxcrew Community pada 1 April 2024

membentuk tim Talent yaitu XP-TEAM. XP Team ini sudah memiliki 10,9ribu pengikut di Instagram (@xpteam_official) dan memiliki 429ribu subscriber di Youtube. Untuk kegiatannya yaitu membuat konten feeds, latihan untuk setiap *project* yang akan dilaksanakan, belajar menjadi *photographer*, *choreographer*, *cameraman*. Selain itu adapula kegiatan membuat *video dance* grup, membuka kelas dance, membuat koreografi untuk job. Adapun visi dan misi dari XP-Team yaitu:

- VISI

UP TO DATE : Tetap update dengan perkembangan KPOP.Selaras dengan minta audience dan trend yang sedang berlangsung.

ENGGAGE : Mengerahkan segala sumber daya untuk dapat meningkatkan engagement dari setiap konten.

CONSISTENT : Menjaga konsistensi dan kedisiplinan agar tetap bisa memberikan yang terbaik dan di dukung oleh algoritma

- MISI

TARGETING : Xp team berusaha untuk bisa terus mencapai target dengan membuat 6 project / bulan,membuat 3 konten perminggu.

KONTRIBUSI MEMBER : Dalam mencapai target di butuhkan kontribusi member,dengan dibuat nya grup XP-Aktif agar member yang sedang aktif bisa mendapatkan lebih banyak support di setiap aktifitas di ruang lingkup XP.³

³ Wawancara Kevin Anggara (23 Tahun) pada 27 Juni 2024

4) SugarxSpicy

SugarxSpicy atau yang biasa disebut SXS, yaitu komunitas yang terbentuk pada tahun 2020 yang aktif dalam berpartisipasi pada setiap event yang diadakan serta aktif mengadakan event *K-Pop dance cover*. Awal mulanya yaitu dari salah satu founder SugarxSpicy yang bernama Ruben Malik Purnomo (27 Tahun) yang aktif membuat konten di Youtube *Channel* nya untuk menampilkan *K-Pop dance cover*, yang kemudian anggotanya bertambah seiring waktu sehingga terbentuklah sebuah komunitas SugarxSpicy. SugarxSpicy atau yang disingkat sebagai SXS dibentuk dengan bertujuan untuk menjadi komunitas *K-Pop Dance cover* di Indonesia yang berkualitas dan dikenal pada *platform online, stage performance*, dan *event organizer* serta mewadahi talent terpilih untuk mengekspresikan hobi dan mengembangkan potensi bakatnya ke dalam bentuk *K-Pop Dance cover*, menambah relasi dengan berbagai komunitas, media, dan *event organizer* pada bidang *K-Pop*, menyelenggarakan berbagai kegiatan positif yang dapat diikuti oleh penggiat dan penggemar *K-Pop Dance cover*, dan yang terakhir mewadahi *Work by SXS* sebagai penyedia jasa *production house*.

Selain itu, komunitas SugarxSpicy telah memiliki banyak kegiatan yang dilaksanakan rutin setiap tahunnya, dari mulai *take video* untuk konten Youtube sampai mengisi kegiatan kompetisi *K-Pop Dance cover* yang dilakukan secara offline, kegiatan yang dilaksanakan diantaranya :

- *SXS Talent Audition*, mencari talent baru
- *SXS Welcoming Party*, melakukan perayaan terhadap peserta yang lolos tahap audisi

- SXS *Ngabuburit*, event yang dilaksanakan pada bulan puasa
- SXS *Gathering Night* atau Makrab bersama anggota
- SXS *K-Pop Halloween Party*
- SXS *Award*, memberikan penghargaan kepada setiap anggota
- Forum Diskusi Besar SXS ⁴

5) **The Nation Project**

The Nation Project merupakan salah satu komunitas yang terbentuk pada tahun 2020, awal mula terbentuknya karena adanya keinginan dari salah satu grup dari The Nation Project yang mengusulkan ingin memiliki family atau crew, sehingga terbentuk komunitas bernama JYP Nation, namun pada 2020 berganti nama menjadi The Nation Project. Pada saat ini The Nation Project terdiri dari 75 anggota aktif yang mayoritas dalam rentang usia sekitar 20 Tahun.

Dari banyaknya komunitas *K-Pop Dance cover* yang terbentuk di Kota Bandung, peneliti fokus observasi di Komunitas The Nation Project Kota Bandung karena sebagai anggota komunitas, peneliti merasakan secara langsung dampak positif dari partisipasi dalam komunitas ini. Selain itu, dalam komunitas ini para anggotanya lebih dibebaskan dalam berekspresi dan tidak terikat ketat oleh peraturan-peraturan yang ada. Fokus observasi ini juga guna mengungkap mengenai motivasi remaja yang tergabung sebagai anggota komunitas serta meneliti pengaruh budaya *K-Pop Dance cover* terhadap gaya hidup anggota

⁴ Wawancara Ruben Malik Purnomo (27 Tahun) pada 25 Juni 2024

komunitas. Secara detail informasi data tentang bagaimana perkembangan komunitas The Nation Project akan dibahas pada bagian 4.4 sebagai berikut,

4.4 Perkembangan komunitas The Nation Project

Komunitas The Nation Project terbentuk dengan perjalanan yang cukup panjang yang di mana diawali dengan salah satu grup *dance cover* yang terbentuk secara individual namun memiliki manager yaitu grup *dance cover* bernama Hayabusa merepresentasikan grup Straykids yang telah terbentuk sampai saat ini, seiring berjalannya waktu salah satu anggotanya yaitu Fasya dan Yusfi berkeinginan untuk memiliki sebuah *Family* atau Komunitas sehingga mengajak Rona yang saat ini menjadi penanggung jawab komunitas untuk menjadi penasihat kemudian terbentuklah nama JYP Nation pada 22 Maret 2020, yang hanya memperbolehkan melakukan *dance cover* dari JYP Entertainment asal Korea Selatan. Setelah itu, terbentuklah grup *dance cover* bernama Floryn yang merepresentasikan grup Twice. Namun, semakin banyaknya peminat para anggota mulai mengusulkan bahwa ingin melakukan *dance cover* grup dari luar JYP Entertainment, sehingga JYP Nation berganti nama menjadi The Nation Project pada Januari 2021.

Awal mula komunitas ini dikenal karena solidaritas dari setiap anggotanya, seperti contohnya ketika ada kompetisi *K-Pop dance cover*, hampir seluruh grup dari komunitas The Nation Project ikut turun dalam kompetisi tersebut dan selalu mendapat piala dari satu sampai dua grup, sehingga semakin banyak peminatnya. Namun, setelah mencapai hal tersebut satu persatu anggotanya mulai mengundurkan diri karena alasan satu dan lain hal salah satunya adalah Fasya yang

saat itu menjabat sebagai *founder* JYP Nation, kemudian disusul oleh Rona yang pada saat itu akan ditunjuk sebagai penanggung jawab selanjutnya. Sehingga pada saat itu komunitas mengambil perwakilan dari luar, namun ternyata terdapat ketidakcocok-an dari para anggota lainnya.

Setelah perjalanan panjang tersebut, akhirnya Rona Setiawan kembali bergabung ke dalam The Nation Project dengan mengikuti audisi pada awal tahun 2023 dan mengambil alih tanggung jawab komunitas ini karena dari awal ia yang diberikan kepercayaan tersebut dengan simbolis mengadakan *event* K-Independance pada 24 Agustus 2024, karena setiap pergantian pengurusan dan kepemimpinan ditandai dengan dibuatnya event. Pada awalnya Rona tidak berekspektasi jika para anggota lain memberikan posisi founder ataupun penanggung jawab tersebut kepadanya,

“aku ngga berekspek kalau orang-orang mau ngambil alihin founder atau penanggung jawabnya ke aku karena sebelumnya ngga ada pembahasan itu, aku Cuma nyampein kayak “oke sebelumnya Fasya tuh pernah nitipin The Nation ini ke aku, dan ini tuh alasan aku buat balik lagi ke sini yang di mana aku merasa The Nation tuh udah agak sedikit beda dengan yang dulu dengan saat ini.””

The Nation Project sendiri tidak ingin disebut dengan sebutan *Entertainment* dan hanya ingin disebut komunitas karena konsep *Entertainment* sendiri jauh lebih kompleks karena memiliki susunan susunan yang lain dengan peraturan yang lebih ketat. The Nation Project ingin memiliki sistem komunitas ataupun *family* karena tidak ingin memiliki batasan antara *Intern* dengan *Talent* dan ingin menjadi suatu keluarga yang saling menjaga serta menyanyangi satu sama lain dan ingin menjadi rumah kedua bagi para anggota, sehingga para anggota tidak

merasa terbebani dengan struktur dan peraturan yang ketat karena setiap anggota tentunya telah memiliki prioritasnya masing-masing dan berharap komunitas hanya menjadi wadah penyaluran hobi atau kesenangan pribadi saja selagi tetap menjaga nama baik dari komunitas. The Nation Project juga memiliki keunikan karena nama grup *dance cover* dari komunitas ini mengambil konsep dari Hero Mobile Legends, seperti Hayabusa (Straykids), Floryn (Twice), Guinevera (BabyMonster), Kagura (Everglow), Cecillion (NCT Dream), dan lainnya.

The Nation Project pada saat ini memiliki 75 anggota yang tergabung ke dalam komunitas tersebut yang didominasi oleh remaja etnik setempat di kota Bandung yang mayoritas adalah etnik sunda. Untuk dapat bergabung ke dalam The Nation Project, akan dikakukan audisi terlebih dahulu atau melalui rekomendasi dari anggota yang telah lebih dulu tergabung ke dalam komunitas ini. Rata-rata usia anggota dari The Nation Project saat ini adalah usia 20 Tahun, terdapat anggota termuda yang lahir pada tahun 2008 dan tertua pada tahun 1994.⁵

4.4.1 Visi Misi Komunitas The Nation Project

1) Visi Komunitas

“Together we Grown Better” yang menjadi tempat atau wadah serta menjadikan komunitas sebagai rumah kedua untuk mengekspresikan hobi setiap anggota.

⁵ Wawancara Rona Setiawan (28 Tahun) pada 6 November 2024 di BeliKopi, Braga.

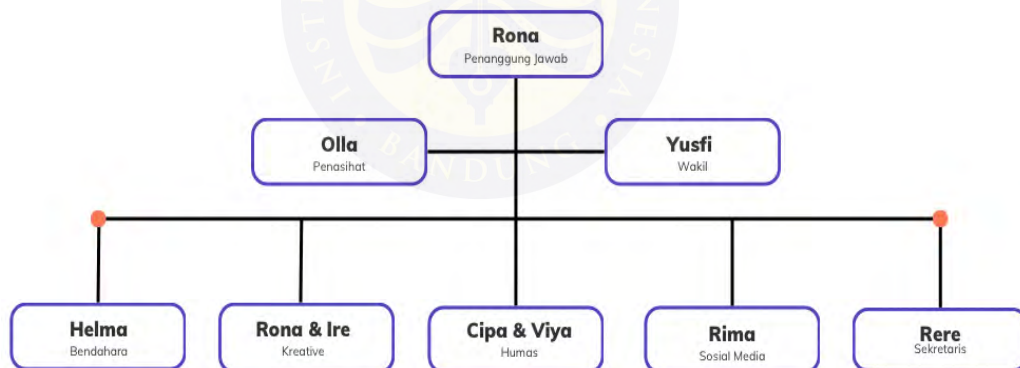
2) Misi Komunitas

- Mengapresiasi serta mendukung anggota komunitas untuk mencapai keinginannya dalam bidang *dance cover*
- Mencapai dan mengembangkan bakat dan minat setiap anggota komunitas.

4.4.2 Struktur Organisasi The Nation Project

Struktur organisasi di komunitas The Nation Project terbagi menjadi dua yaitu Intern atau staff utama dan Talent. Staff utama terdiri dari : Penanggung Jawab, Wakil, Sekretaris, Bendahara, Humas, Kreative, dan Sosial Media. Sedangkan Talent terdiri dari : Coach, Leader, Member.

Gambar 4. 1 Struktur Organisasi The Nation Project



Sumber: Arsip Komunitas The Nation Project, 2024

4.5 Eksistensi Komunitas The Nation Project di Kota Bandung

Aktivitas komunitas The Nation Project berfokus pada menghadiri serta mengikuti berbagai acara *K-Pop* seperti *event K-Pop Dance cover*. Kegiatan dalam *event K-Pop Dance cover* ini biasanya mengadakan berbagai aktivitas yang seru, seperti kompetisi *K-Pop dance cover*, *showcase performance*, *random play dance*,

guest star performance dari senior dalam bidang *K-Pop dance cover* atau bahkan *influencer*, serta terdapat *booth-booth* yang menjual berbagai makanan khas Korea Selatan. Biasanya kompetisi *K-Pop dance cover* dibagi menjadi tiga yaitu grup Rookie, Hoobae, Sunbae, biasanya grup dianggap rookie jika grup tersebut belum pernah memenangkan kompetisi *K-Pop dance cover*. Sedangkan grup dianggap hoobae jika telah mendapatkan kemenangan 2x di juara 1 dan 2, sedangkan grup sunbae merupakan grup yang telah memenangkan kompetisi lebih sering. Sedangkan *showcase* biasanya hanya menampilkan *performance* saja yang tidak mendapatkan hadiah, dan random play dance biasanya berisi kegiatan *seru-seru* an para penggemar *K-Pop* yang di mana akan dimainkan lagu *K-Pop* secara random kemudian para penggemar menarikannya.

4.5.1 Aktivitas Internal

1) Kegiatan Latihan

Komunitas The Nation sendiri terdiri dari beberapa grup *K-Pop Dance cover*, di antaranya terdapat grup bernama Hayabusa (Straykids), Floryn (Twice), Guinevera (BabyMonster), Kagura (Everglow), Cecillion (NCT Dream) dan lainnya. Kegiatan latihan dari komunitas The Nation Project dapat dilakukan di Braga City Walk pada hari Senin dan Rabu pada jam 18.00 – 22.00 dan di Mall Cihampelas Walk pada hari Jumat dan Minggu.

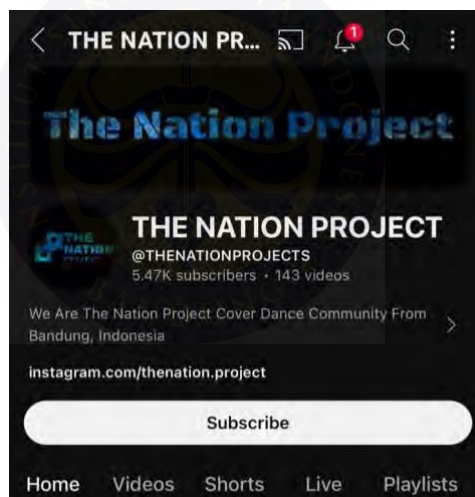
Kegiatan latihan yang dilaksanakan ini biasanya dilaksanakan ketika menjelang *event* maupun *project* untuk konten *K-Pop Dance cover* di Channel Youtube The Nation Project. Latihan dan persiapan ini tentunya dimulai dengan mempelajari gerakan dari *video* koreografi yang ditirukan secara online, kemudian

memastikan ketepatan serta sinkronisasi antar anggota. Setiap project memiliki penanggung jawab yang bertanggung jawab atas proses latihan hingga pembuatan *video*, penanggung jawab tersebut disebut sebagai Coach yang diambil dari pihak Intern komunitas.

2) Membuat Konten Media Sosial

Setelah cukup latihan, para anggota project grup akan merekam video *dance cover* nya, perekaman video ini biasanya dilakukan diberbagai lokasi sesuai dengan persetujuan bersama kemudian video *dance cover* ini akan diunggah ke dalam channel Youtube The Nation Project.

Gambar 4. 2 Channel Youtube The Nation Project



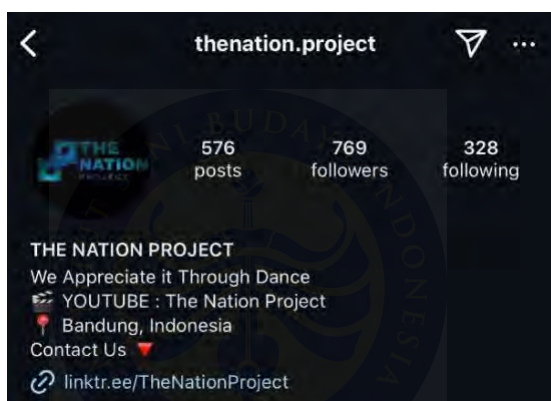
Sumber: Dokumentasi Peneliti, November 2024

Dalam *channel* Youtube The Nation Project, diisi dengan konten-konten video *dance cover* serta MV Reaction dari para anggota komunitas. Komunitas The Nation Project memanfaatkan *platform* Youtube untuk menunjukkan kemampuan para anggota dalam menari untuk menarik minat penonton, sehingga konten yang dihasilkan perlu memiliki visual yang menarik, dari mulai memilih lagu-lagu dari

girl grup dan girl grup terbaru, konsep *video*, konsep, hingga latar belakang lokasi pengambilan *video* seperti konsep *indoor* dan *outdoor*.

Selain itu, Komunitas The Nation Project juga mengunggah cuplikan maupun teaser dari *video* yang akan di unggah di akun instagramnya, sehingga hal tersebut dapat meningkatkan antusiasme penonton sebelum *video* utama tayang di Youtube.

Gambar 4. 3 Akun Instagram The Nation Project



Sumber: Dokumentasi Peneliti, November 2024

Video teaser dari *dance cover* yang akan tayang di Youtube akan diunggah terlebih dahulu di Instagram story The Nation Project di beberapa jam sebelum *video* tersebut tayang di akun Youtube. Hal ini bertujuan untuk menarik perhatian lebih banyak dari penonton karena dengan melihat sekilas tentang konsep *video* yang akan tayang membuat audiens semakin penasaran dan bersemangat untuk menonton lengkapnya di Youtube. Selain itu juga, penggunaan Instagram *story* dapat menjadi media promosi yang efektif untuk memperkuat branding komunitas sebagai komunitas *K-Pop dance cover* yang aktif dalam mengelola media sosial sehingga menarik penggemar baru dan menjaga hubungan dengan penggemar

komunitas ini. Selain *video* teaser, komunitas The Nation ini menyajikan konsep foto-foto grup yang menarik di setiap *project* yang dilakukan, foto tersebut diunggah ke dalam feeds Instagram The Nation Project.

Terdapat beberapa contoh yang dapat dilihat, seperti salah satu *project dance cover* Stray Kids oleh grup bernama Hayabusa. *Video* tersebut diambil di Lapangan Gasibu, Gedung Sate, Bandung, pada pagi sampai siang hari. Kemudian, foto-foto dari kegiatan tersebut diunggah ke akun Instagram pada 4 November 2024 bersama dengan *video* teasernya, sedangkan *video* full diunggah ke *channel* Youtube pada 5 November 2024.

Gambar 4. 4 Foto Konsep Project Dance cover Stray Kids (Hayabusa)



Sumber: Instagram The Nation Project, 2024

Gambar 4. 5 Grup K-Pop StrayKids



Sumber: Pinterest

Dance cover yang dilakukan untuk *project* konten Youtube pada umumnya tidak diwajibkan untuk sepenuhnya menyerupai persis dengan idol aslinya; jika hanya menggunakan warna serta model kostum yang serupa juga sudah dianggap memadai. Namun, dalam kompetisi, peserta umumnya diharuskan meniru penampilan idol aslinya sedetail mungkin, karena kesamaan dengan grup yang di-*cover* dianggap sebagai nilai tambah.

Lalu, ada juga *project* solo yang dilakukan oleh anggota The Nation Project bernama Mutiara yang merupakan anggota dari grup *dance cover* Twice bernama Floryn. Project solo yang dilakukan adalah meng-*cover* dance Tzuyu – *Run Away* yang dilaksanakan pada 3 November 2024, kemudian foto konsep diunggah di akun Instagram pada 7 November 2024, sedangkan *video full* diunggah ke *channel* YouTube pada 9 November 2024.

Gambar 4. 6 Foto Konsep Project Dance cover Tzuyu (Mutiara)



Sumber: Instagram The Nation Project, 2024

3) Kegiatan Diskusi serta Evaluasi

Komunitas The Nation Project selalu mengadakan forum diskusi khususnya pada pihak *intern* komunitas, selain itu ada pula diskusi umum yang dihadiri oleh seluruh anggota komunitas untuk membahas setiap kegiatan yang akan dilaksanakan selanjutnya. Pada kegiatan ini seringkali disertai dengan latihan gabungan yang dilakukan oleh seluruh anggota komunitas, pada kesempatan ini para anggota yang pernah mengikuti project akan menampilkan lagi di depan anggota lainnya dan dijadikan sebagai wadah evaluasi oleh pihak *intern*. Latihan gabungan serta evaluasi ini terakhir dilaksanakan pada akhir tahun 2023 dan akan dilaksanakan setiap tahunnya.

4.5.2 Aktivitas Eksternal

1) Berpartisipasi dalam kompetisi *K-Pop Dance cover*

Komunitas The Nation Project telah mengikuti berbagai kompetisi *K-Pop dance cover* yang tak terhitung jumlahnya, namun diantaranya telah mengikuti kompetisi Annyeong K-Fest, Korean BAM, KCDF yang diadakan oleh Exral Production, event yang diselenggarakan oleh HB Entertainment, KIC, K-Hallyu, K-Ramadhan, SXS Ngabuburit, menjadi pengisi acara di acara yang dilakukan oleh fandom *K-Pop*.

2) Membuat kompetisi *K-Pop Dance cover*

Komunitas The Nation Project pada saat ini telah sukses mengadakan dua acara kompetisi *K-Pop dance cover*, komunitas ini tidak hanya berperan sebagai peserta dalam kompetisi namun juga menjadi panitia utama yang menjalankan serta mengelola keseluruhan dari acara. Melalui acara yang dibuat ini, The Nation Project memberikan wadah bagi para grup *dance cover* untuk menunjukkan kemampuan mereka serta memperkuat posisi mereka sebagai komunitas *K-Pop dance cover*

Pertama, kompetisi *K-Pop* KsundaNation yang dilaksanakan pada 25 September 2022 di Gedung Kesenian Mayang Sunda. Kompetisi ini telah berhasil menarik parstisipasi dari berbagai grup *dance cover* untuk tampil serta membawa guest star ke dalam acara ini yaitu ada Posion DC dan Sinesten DC.

Gambar 4. 7 Flayer K-Sunda Nation



Sumber: Instagram K-Independence2024

Kedua, K-Independence yang dilaksanakan pada 25 Agustus 2024 di Braga City Walk. Acara ini memiliki tema yang menarik karena merayakan kemerdekaan Indonesia sekaligus menjadi ajang kompetisi *K-Pop dance cover*. Sebelum masuk ke dalam acara inti yaitu kompetisi, diadakan terlebih dahulu perlombaan agustusan yang dapat diikuti oleh seluruh penonton yang hadir.

Sebanyak 44 peserta, yang terdiri dari solo dan grup *dance cover* turut serta dalam acara ini, hal tersebut menunjukkan antusiasme para penggemar *K-Pop*. Kehadiran juri yang juri yang berkompeten pada bidang *dance cover* memberikan

nilai tambah karena penilaian yang didapat menjadi lebih objektif dan sesuai dengan kualitas.⁶

Gambar 4. 8 Flayer K-Independance 2024



Sumber: Instagram KIndependance2024

Adanya acara yang dilaksanakan oleh Komunitas The Nation Project tidak hanya menjadi ajang kompetisi, namun juga menjadi momen untuk membangun solidaritas dan kerja sama antar anggota komunitas serta menjadikan ruang untuk bertemu bagi para penggemar *K-Pop* dan memberikan pengalaman yang berkesan bagi para peserta maupun penonton.⁵

⁶Wawancara Rona Setiawan (28 Tahun) pada 6 November 2024, di BeliKopi Braga

4.6 Motivasi Anggota Komunitas The Nation Project

Motivasi pada anggota The Nation Project dipengaruhi oleh beberapa aspek, dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti melalui 26 responden dapat dijabarkan sebagai berikut,

- 1) Terinspirasi oleh idol *K-Pop*. Motivasi para remaja yang mengikuti *K-Pop dance cover* bahkan tergabung ke dalam komunitas seringkali dipengaruhi oleh kecintaan yang mendalam terhadap musik dan tarian *K-Pop*. Para remaja cenderung terinspirasi oleh kreativitas dan koreografi yang ditampilkan oleh artis *K-Pop* di atas panggung, hal tersebut mendorong mereka untuk meniru gerakan yang sama. Koreografi yang rumit memberikan tantangan yang mampu memotivasi para remaja untuk terus berlatih sehingga dapat meningkatkan kemampuannya. Para remaja anggota juga biasanya terdorong oleh rasa kebersamaan serta interaksi sosial yang di mana proyek *dance cover* seringkali melibatkan anggota komunitas lainnya sehingga memperkuat ikatan sosial dan menciptakan komunitas yang kuat kebersamaannya. Setiap anggota mendapatkan dukungan serta umpan balik dari sesama anggota serta penggemar lainnya yang memotivasi mereka untuk terus aktif berpartisipasi dalam kegiatan *dance cover*.
- 2) Terinspirasi oleh adanya penari senior dalam bidang *K-Pop dance cover* baik dalam negeri maupun luar negeri, melihat penari senior yang mampu menguasai gerakan sulit, tampil percaya diri di atas panggung, hingga memenangkan penghargaan dalam negeri sampai luar negeri membuat para remaja termotivasi untuk berada di posisi yang sama. Sehingga *dance cover*

bukan hanya tentang menari mengikuti idol *K-Pop*, tetapi dapat juga menjadi motivasi remaja untuk berkembang secara diri dan artistic mereka, serta membangun identitas budaya *K-Pop* yang dinamis.

- 3) Mengisi waktu luang, beberapa anggota berpikir bahwa dengan mengikuti *K-Pop dance cover* mengisi waktu luangnya dengan aktivitas yang lebih positif dan menyenangkan karena mengikuti kegiatan ini sambil menyalurkan minat serta hobinya terhadap music *K-Pop* serta menjadikan kegiatan ini sebagai olahraga.
- 4) Ingin dihargai dan diapresiasi, dengan tergabung ke dalam komunitas para remaja cenderung memiliki rasa ingin mendapat apresiasi atas kemampuannya dalam bidang menari.
- 5) Hobi dan bakat, hobi dan bakat juga turut menjadi pendorong kuat bagi para remaja karena dengan mengikuti *K-Pop dance cover* menjadi sarana mereka untuk menyalurkan bakat yang sudah ada dan mengembangkan keterampilan mereka.
- 6) Ekspresi diri, hal ini menjadi motivasi yang dipilih karena *K-Pop dance cover* ini memberikan ruang bagi para remaja untuk mencari identitas diri hingga mengekspresikan gayanya sendiri dan kreativitas mereka melalui kostum, koreografi, sampai penampilannya di atas panggung. Kegiatan ini tidak sekedar tentang hobi saja, tetapi tentang cara para remaja mencari jati diri mereka dengan kebebasan berekspresi tanpa takut merasakan tekanan dari sekitar karena ketika di dalam komunitas mereka lebih merasa dihargai dan diapresiasi,

Tabel 4. 1 Motivasi Remaja Komunitas The Nation Project

No	Responden	MOTIVASI REMAJA					
		Terinspirasi oleh Idol K-Pop	Terinspirasi oleh penari K-Pop Dance cover Senior	Mengisi waktu luang	Ingin dihargai dan diapresiasi	Hobi dan Bakat	Ekspresi Diri
1	Darren Alvin William						
2	Rona Setiawan						
3	Alviya						
4	Nadia						
5	Vica						
6	Ami						
7	Kavin						
8	Intan Nurlatifah						
9	Fina						
10	Ire						
11	Cheysha salsabilla						
12	Faiz Fairuza						
13	Syafira saifulloh						
14	Fara						
15	Syifa Sakhinah						
16	Jeje						
17	Sonya Ameylia						
18	Sasha						
19	Mayna Salsabila						
20	Rere						
21	Revina						
22	Muti						
23	Kacipa						
24	Malvin Muhammad Akbar						
25	Citra						
26	Yusfi Aprizal Dwiyanto						

Sumber: Data hasil google form Shaqira Juliansyah, Oktober 2024

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa motivasi remaja yang tergabung ke dalam komunitas *K-Pop dance cover* paling kuat adalah terinspirasi oleh idol *K-Pop*, mereka terdorong untuk meniru koreografi dan semangat yang ditunjukkan oleh idol favorit mereka sehingga mereka dapat mengekspresikan diri mereka sendiri dan memberikan rasa bangga terhadap diri sendiri ketika mampu membawakan koreografi sulit yang dilakukan oleh idol-idol di atas panggung. Selain hal itu, Kegiatan ini juga dianggap sebagai cara untuk mengisi waktu luang mereka dengan kegiatan positif sekaligus berolahraga yang menyenangkan karena tarian *K-Pop* ini menampilkan tarian yang beragam dan sebagai hiburan yang kreatif. Mengisi waktu luang dengan berlatih dan aktif dalam kegiatan *K-Pop dance cover* membuat remaja merasa produktif dengan kesehariannya.

Para remaja memiliki kesempatan untuk menunjukkan kreativitas mereka dalam menciptakan inovasi kreativitas koreografi, serta mendapat pengakuan dari para penonton yang menghargai setiap kemampuan yang dimiliki. Berpartisipasi dalam kompetisi juga dapat memberikan dorongan untuk para remaja berinovasi serta meningkatkan kemampuannya dalam bidang tari serta pertunjukan, serta mencapai prestasi yang lebih tinggi dalam *dance cover K-Pop*. Sebagian besar dari anggota komunitas merasa termotivasi ketika melihat penampilan dari Idol *K-Pop* sehingga mereka berkeinginan untuk terlibat aktif dalam kegiatan tersebut karena dengan demikian mereka dapat merasakan pengalaman yang mirip dengan idola mereka. Selain itu, tergabung ke dalam komunitas *Dance cover* juga menjadi sebuah sarana bagi para remaja untuk memperdalam hubungannya dengan dunia *K-Pop* serta memperkuat identitas mereka sebagai bagian dari fandom *K-Pop*.

Jika dilihat lebih dalam, maka motivasi yang timbul tersebut dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal sendiri merupakan faktor yang didorong oleh dirinya sendiri tanpa adanya paksaan dari lingkungan, sedangkan faktor eksternal merupakan motivasi yang didapat dari lingkungan sekitar. Maka dalam penelitian ini, peneliti mengelompokkan kedua hal tersebut berdasarkan data *google form* yang telah peneliti lakukan terhadap 26 anggota komunitas The Nation Project, dapat dibagi menjadi Motivasi Internal dan Motivasi Eksternal sebagai berikut:

4.6.1 Motivasi Internal

Faktor internal yang mendorong remaja untuk aktif dalam kegiatan *K-Pop Dance cover* dan tergabung ke dalam komunitas The Nation Project seringkali berhubungan dengan kebutuhan mereka akan ekspresi diri. Pada umumnya seseorang mencari identitas diri dan cara untuk mengekspresikan dirinya ada pada masa remaja. Setiap remaja memiliki keinginan untuk terus berkembang dan mencari tahu minat serta bakatnya, sehingga mereka termotivasi untuk tergabung ke dalam komunitas.

1) Apresiasi diri

Adanya keinginan untuk mendapatkan apresiasi merupakan salah satu motivasi internal yang dirasakan oleh anggota komunitas The Nation Project.

Seperti yang dituturkan oleh Syafira yang mengatakan bahwa,

“Karna kurang apresiasi dari orang tua, dan pertemanan yang sempit”⁷ (Syafira, 1/10/24)

⁷ Jawaban Syafira Saifulloh (21 Tahun) pada 1 Oktober 2024 melalui *google form*

Dari salah satu jawaban narasumber tersebut menjadikan motivasinya motivasi internal, karena berpartisipasi dalam *K-Pop dance cover* menjadi pendorong bagi remaja untuk dapat meningkatkan rasa percaya diri dan memperluas relasi pertemanan. Tergabung ke dalam komunitas dapat membantu para remaja mengembangkan keterampilan sosial serta membangun kepercayaan diri dengan menunjukkan kemampuannya dalam menari. Semakin sering mereka berlatih dan tampil, maka rasa percaya dirinya tumbuh seiring dengan pengakuan yang diterima oleh teman-teman satu komunitas atau bahkan para penggemar *K-Pop* lainnya yang menonton penampilan mereka.

2) Daya Tarik Idol K-Pop

Idol *K-Pop* yang memiliki penampilan yang enerjik dengan kemampuan menarinya menjadi daya Tarik bagi para penggemar, sehingga para remaja terdorong dan termotivasi untuk mempelajari koreografi serta meniru idol *K-Pop*. Dengan bergabung ke dalam komunitas, para remaja dapat menyalurkan kecintaan mereka terhadap *K-Pop* dan memenuhi motivasinya.

3) Hobi adan Bakat

Beberapa anggota pada awalnya memang sudah memiliki kemampuan dalam bidang menari sejak awal, seperti sudah terbiasa dengan tari modern maupun tradisional. Kemudian mereka melihat kesempatan untuk memperluas kemampuan menari mereka pada genre *K-Pop*, sehingga memilih bergabung ke dalam komunitas. Seperti yang dituturkan oleh Ire yang mengatakan bahwa,

“Karena dari dulu memang sudah tertarik dengan *K-Pop* dan sudah berkecimpung di dunia dance (modern dance) sebelumnya, jadi

ingin mencoba hal baru yaitu menekuni *K-Pop dance cover*.”⁸
(Ire, 1/20/24)

Tergabung ke dalam komunitas *K-Pop Dance cover* seringkali berakar pada keinginan untuk memperluas kemampuannya dalam berbagai genre tari, dengan menekuni *K-Pop Dance cover*, para remaja mempelajari gerakan khas dari koreografi *K-Pop* sehingga meningkatkan keterampilan serta gaya artistic mereka. Selain itu, di dalam *K-Pop Dance cover* para remaja memiliki kesempatan yang lebih luas untuk mengekspresikan diri dalam budaya pop dan dapat menampilkan bakat mereka di depan audiens yang lebih besar, baik di dalam komunitas maupun di media sosial. Mempelajari tarian *K-Pop* juga memungkinkan para remaja untuk merasakan kepuasan emosional karena meniru dan mempelajari gerakan idola yang mereka punya sehingga ekspresi diri mereka tidak terbatas pada seni tari modern, tetapi pada budaya dan tren yang saat ini sedang berkembang.

4.6.2 Motivasi Eksternal

Faktor eksternal juga tidak luput dari apa yang dilakukan oleh remaja saat ini, adanya pengaruh budaya populer ini disebabkan oleh fenomena Hallyu (*Korean Wave*), popularitas *K-Pop* saat ini berkembang secara global yang didukung oleh adanya media sosial dan *platform* streaming seperti YouTube, Tiktok, Instagram membuat tarian *K-Pop* menjadi mudah diakses dan diikuti oleh para remaja, terlebih remaja yang sejak awal sudah menyukai *K-Pop*.

⁸ Jawaban Ire (20 Tahun) pada 1 Oktober 2024 melalui *google form*

1) Pengaruh Lingkungan Sosial

Adanya pengaruh dari lingkungan sosial terutama pengaruh dari teman sebaya maupun saudara juga menjadi salah satu faktor eksternal. Dorongan atau ajakan dari teman-teman yang lebih dulu terlibat dalam *K-Pop Dance cover* menarik para remaja mulai tertarik untuk bergabung ke dalamnya.

“karena banyak teman yang ikut *dance cover* termasuk kakak juga, jadi ngeliat kakak kayanya asik makanya ikut turun ke dunia *dance cover* juga”.⁹

Para remaja pada masa ini memiliki rasa ingin tahu yang lebih dan ingin merasakan rasanya diterima dan menjadi bagian dalam kelompok yang memiliki minat yang sama. Ketika melihat orang terdekat berhasil ataupun aktif dalam kegiatan *dance cover* membuat mereka termotivasi untuk ikut terlibat.

2) Eksistensi diri

Adanya keinginan untuk memperoleh pengalaman berharga serta pengakuan dari juri dan penonton bahkan mendapat hadiah atau penghargaan dengan tampil diberbagai acara dan kompetisi *K-Pop dance cover*, sehingga memberikan ruang bagi remaja untuk menunjukkan bakatnya. Hal ini membuat remaja semakin termotivasi untuk bergabung ke dalam komunitas dan berusaha menampilkan kemampuan terbaiknya di atas panggung.

3) Keinginan untuk Memiliki Relasi

Memiliki keinginan untuk memperluas relasi juga dipicu oleh pengamatan terhadap teman-teman yang sudah lebih dulu gabung ke dalam komunitas. Melihat

⁹ Jawaban Kavin (19 Tahun) pada 1 Oktober 2024 melalui *google form*

temannya yang aktif dalam *dance cover* memiliki banyak teman baru membuat remaja tertarik untuk ikut serta untuk mendapatkan kesempatan untuk memperluas relasi. Terlibat dalam komunitas *K-Pop dance cover* seringkali tampak memiliki kelompok pertemanan yang beragam karena tidak hanya terbatas pada lingkungan sekolah maupun tempat tinggal tetapi lebih luas karena mereka dapat bertemu dengan anggota lainnya yang dari sekolah berbeda, lingkungan berbeda, usia yang berbeda, bahkan kota yang berbeda namun semuanya memiliki kesamaan minat yang sama yaitu pada *K-Pop*.

4.7 Hierarki Kebutuhan Remaja terhadap Budaya *K-Pop Dance cover*

Kebutuhan remaja terhadap budaya *K-Pop dance cover* dapat dianalisis melalui Teori Hierarki Kebutuhan Abraham, kebutuhan dasar manusia diurutkan secara hierarki atau bertingkat, karena manusia akan memenuhi satu jenjang kehidupannya terlebih dahulu sebelum memenuhi kebutuhan di jenjang berikutnya. Robbins dan Judge (2008) menggambarkan suatu hirarki kebutuhan dasar manusia menurut Maslow, yaitu :

1. Kebutuhan Fisik (*Physiological Needs*), yang di dalamnya meliputi rasa lapar, haus, berlindung, seksual, dan kebutuhan fisik lainnya.
2. Kebutuhan Keamanan dan Keselamatan Kerja (*Safety Needs*), meliputi rasa ingin dilindungi dari bahaya fisik maupun emosional.
3. Kebutuhan Sosial (*Love Needs*), meliputi rasa kasih sayang, kepemilikan, penerimaan dan persahabatan.

4. Kebutuhan Penghargaan (*Esteem Needs*), meliputi penghargaan internal seperti hormat diri, otonomi dan pencapaiannya serta faktor-faktor penghargaan eksternal seperti status pengakuan dan perhatian.
5. Kebutuhan Aktualisasi Diri (*Self Actualization*), dorongan untuk menjadi seseorang sesuai kecapaiannya meliputi pertumbuhan, pencapaian potensi seseorang dan pemenuhan diri sendiri.

Dari analisa remaja terhadap budaya *K-Pop dance cover* ini penulis menemukan 2 (dua) kebutuhan yang dialami oleh remaja dalam komunitas The Nation Project, yaitu kebutuhan akan rasa cinta dan kebutuhan akan diharga. .

4.7.1 Kebutuhan akan Cinta

Secara naluri manusia membutuhkan cinta di dalam hidupnya, sehingga kebutuhan akan cinta serta kepemilikan menjadi dasar dalam kebutuhan emosi seseorang. Sunyoto, Danang (2013) menjelaskan bahwa kebutuhan ini meliputi rasa kebersamaan yang berkaitan dengan adanya keterikatan satu sama lain dalam suatu hubungan baik pertemanan, percintaan, maupun suatu kelompok organisasi.

Menjadi bagian dari suatu kelompok bisa mendapat sebuah penerimaan rasa cinta dari anggota kelompok lainnya. Tergabung ke dalam komunitas The Nation Project dijadikannya sebagai tempat yang aman dan nyaman bagi para anggota untuk mengekspresikan dirinya serta menjadi tempat berkeluh kesah serta bergabung ke dalam komunitas ini memungkinkan pada anggota merasakan kebersamaan dengan orang-orang yang memiliki minat yang sama yaitu menari dan mengikuti perkembangan budaya *K-Pop*, Tergabung ke dalam komunitas membuat para remaja merasa diterima, para anggota merasakan adanya dukungan sosial yang

dapat membantu mereka untuk memenuhi kebutuhan emosional akan cinta dan rasa kepemilikan.

” Iya, komunitas atau suatu grup bukan hanya sekedar cover dan perform tapi kita juga membangun kekompakan bahkan sudah seperti keluarga.. saling curhat dan saling memberi solusi”¹⁰
(Kacipa, 1/10/24)

Para anggota dalam komunitas mendapatkan dukungan serta penerimaan dari sesama anggota, karena seringkali mereka menemukan teman dengan berbagai pengalaman yang berbeda dalam kegiatan *dance cover*. Lingkungan komunitas lebih dapat menerima dan menghargai para remaja sehingga mereka lebih stabil secara emosional karena tidak harus berpura-pura ataupun menekan minat mereka dalam budaya *K-Pop* yang seringkali dianggap tidak umum oleh lingkungan sekitar. Seperti yang dirasakan oleh Revina (19 Tahun) yang ditentang oleh beberapa anggota keluarganya karena mengikuti kegiatan *K-Pop Dance cover* yang membuang-buang waktu dan uang, namun di dalam komunitas ia tidak merasakan tekanan itu lagi berkat dukungan serta apresiasi dari anggota lainnya. Dukungan emosional juga didapat oleh para anggota.

“karena setiap saya performe kelihatan bgt yang mensupport, rasanya di atas panggung jadi sangat bersemangat”¹¹(Cheysa, 1/10/24)

Dengan adanya dukungan emosional dari setiap anggota penerimaan kasih sayang didapat oleh satu sama lain, ketika sedang bersedih maupun bahagia para

¹⁰Jawaban Kacipa (24 Tahun) pada 1 Oktober 2024 melalui *google form*

¹¹ Jawaban Cheysa salsabilla P (20 Tahun) pada 1 Oktober 2024 melalui *google form*

anggota saling mendukung satu sama lain dengan memberikan bahasa cinta yang berbeda berupa kata-kata penyemangat maupun sentuhan fisik seperti pelukan.

“Lebih percaya diri karena semua temen2 supportif, merasa di hargai karena beberapa orang bisa diajak saling cerita dan saling berbagi solusi, senang mengikuti komunitas ini selagi kita di circle yg baik dan positif”¹² (Kacipa, 1/10/24)

Di dalam komunitas ini, mereka merasakan cinta dari para anggota komunitas yang benar-benar menghargai mereka apa adanya, bukan melihat dari penampilan atau latar belakangnya, melainkan karena minat dan bakat yang sejalan dengan komunitas. Hal ini memungkinkan untuk menjadi dasar dalam pembentukan identitas diri mereka sebagai remaja yang penuh dengan kasih sayang.

Secara keseluruhan, hal ini sesuai dengan konsep kebutuhan akan cinta dari Hierarki Maslow dari dukungan sosial, cinta diri sendiri, hingga penerimaan emosional dalam komunitas. Pada komunitas ini, mereka merasakan keseimbangan antara kebutuhan akan cinta, memiliki dan penerimaan yang memperkuat relasi sosial mereka hingga emosional mereka dalam masa remaja.

4.7.2 Kebutuhan akan Dihargai

Kebutuhan untuk dihargai atau penghargaan diri (*esteem needs*) merupakan salah satu bentuk nilai yang melekat dan dibutuhkan dalam kehidupan manusia karena berdampak pada psikologis seseorang seperti rasa percaya diri. Peneliti

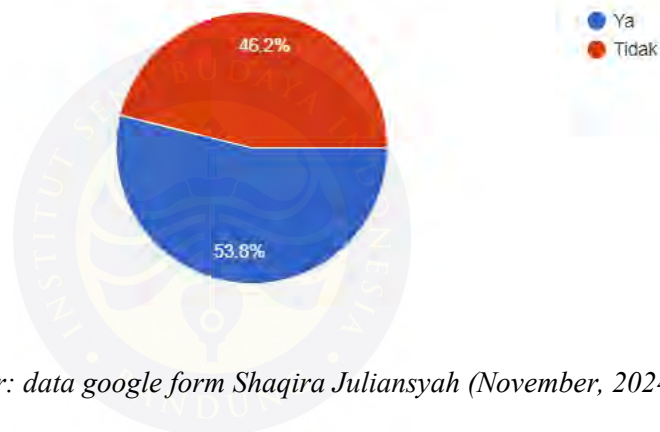
¹² Jawaban Kacipa (24 Tahun) pada 1 Oktober 2024 melalui *google form*

melakukan penelitian melalui google form kepada 26 anggota The Nation Project mengenai apakah terdapat tekanan dari lingkungan luar karena menggemari *K-Pop Dance cover*, 14 anggota di antaranya mengaku bahwa sebelumnya mereka mendapatkan tekanan tersebut.

Gambar 4. 9 Tekanan Anggota The Nation Project

Apakah sebelum tergabung/mengikuti komunitas K-Pop Dance Cover anda pernah mendapatkan tekanan dari lingkungan? (Contoh : tidak dihargai)

26 responses



Sumber: data google form Shaqira Juliansyah (November, 2024)

Biasanya tekanan yang di dapat itu berupa perasaan terisolasi karena perbedaan minat dan hobi, selain itu kegiatan *K-Pop Dance cover* ini seringkali dianggap sebagai kegiatan yang kurang bermanfaat bagi sebagian orang seperti dari teman maupun keluarga karena kegiatan yang menghabiskan banyak waktu yang sia-sia.

“Betul banget 😞😞😞 intinya kaya ya gak dianggap freak aja gitu, lebih diapresiasi sama hobi dan hal yang aku lakuin bukan cuman ‘udah umur segitu kok masih kpopan sih ngapain aja’ wahahahahaha <///3 ketemu banyak temen yg hobi minatnya sama

dan ngerasa ngobrol juga bisa lebih nyambung karena emang interest nya sama”¹³ (Fina, 1/10/24)

Tekanan semacam ini tentunya dapat berdampak negatif pada kepercayaan diri dan kemampuan mereka dalam mengekspresikan diri, karena membuat mereka merasa tidak sepenuhnya diterima oleh lingkungannya terlebih ketika minat mereka tidak dianggap dengan norma maupun standar yang ada, salah satu contohnya adanya pandangan masyarakat yang menganggap bahwa laki-laki harus maskulin dan perempuan harus feminim yang merupakan hasil dari norma budaya yang sudah melekat sehingga ada stigma yang menganggap bahwa menari adalah kegiatan yang tidak maskulin sehingga ketika laki-laki terlibat dalam kegiatan *K-Pop Dance cover* yang melibatkan hal yang ekspresif serta dinamis dianggap tidak cocok dengan peran maskulin dan memunculkan anggapan bahwa laki-laki yang menari itu *lembek*, hal ini seringkali menghambat laki-laki dalam mengekspresikan dirinya dengan bebas karena takut dipandang rendah sehingga kehilangan kepercayaan dirinya.

“walaupun bukan termasuk sebuah tekanan, sebelumnya saya merasa dipandang aneh ketika saya menari karena mungkin stigma di Indonesia sudah terancang sedemikian rupa sehingga merasa aneh ketika melihat laki-laki menari. Namun ketika saya masuk ke dalam sebuah komunitas, saya lebih merasa bisa diapresiasi walaupun progress yang saya tunjukkan bahkan hanya sedikit”¹⁴ (Faiz, 1/10/24)

Sehingga ketika tergabung ke dalam komunitas dan bertemu dengan anggota lainnya yang memiliki minat serta hobi yang serupa, mereka yang sebelumnya

¹³ Jawaban Fina (24 Tahun) pada 1 Oktober 2024 melalui *google form*

¹⁴ Jawaban Faiz Fairuza (24 Tahun) pada 1 Oktober 2024 melalui *google form*

mendapat tekanan dari lingkungan luar tidak lagi merasakan hal tersebut karena terdapat penerimaan diri dari anggota lainnya. Karena didalam komunitas ini mereka menemukan tempat untuk menjadi diri sendiri tanpa merasa dihakimi, minat mereka juga dihargai dan diapresiasi oleh anggota lainnya yang juga memiliki minat dan hobi yang sama sehingga menciptakan lingkungan yang suportif. Penghargaan dan apresiasi yang didapatkan oleh sesama anggota komunitas memberikan dorongan positif terhadap kepercayaan diri mereka.

Bagi para anggota *K-Pop dance cover* di komunitas The Nation Project, apresiasi yang didapat tidak hanya melalui pujian verbal, tetapi juga melalui kesempatan untuk tampil, kesempatan untuk mendapatkan *project* dan terlibat dalam berbagai kegiatan. Setiap anggota diberikan kesempatan yang sama untuk menunjukkan kemampuan mereka dengan mengikuti setiap *project* yang dibuat dan diberikan kesempatan yang sama untuk mengajukan keinginan mereka meng-*cover* idol yang mereka inginkan. Hal-hal tersebut memberikan rasa dianggap dan dihargai yang sangat penting bagi remaja yang sebelumnya mungkin tidak mendapat pengakuan dari lingkungannya, mereka akhirnya merasa bahwa kesukaan mereka dan usaha mereka diakui oleh para anggota komunitas dan mendapat apresiasi yang meriah dari para penggemar *K-Pop* lainnya ketika mereka tampil di atas panggung.

Secara keseluruhan, hal ini menunjukkan bahwa konsep tersebut sesuai dengan teori hierarki maslow pada tingkat keempat, yaitu kebutuhan untuk dihargai atau kebutuhan penghargaan diri karena mereka tidak hanya sekedar menjalankan hobi akan tetapi membentuk ikatan emosional yang kuat dengan dukungan satu sama

lain, yang di mana dukungan ini membantu mengurangi tekanan yang mereka rasakan dari luar dan memberikan rasa aman untuk lebih berani berekspresi sesuai dengan minat mereka dengan menemukan lingkungan di mana mereka dapat diterima apa adanya.

4.8 Bentuk Perwujudan Budaya *K-Pop Dance cover* Terhadap Gaya Hidup Anggota Komunitas The Nation Project dan Fakta-Faktanya

Penelitian ini melibatkan 26 responden dari jumlah 75 anggota komunitas The Nation Project yang berusia 16-25 tahun, melalui penelitian ini mengenai Pengaruh Budaya *K-Pop Dance cover* Terhadap Gaya Hidup Remaja Anggota Komunitas The Nation Project memberikan dampak atau pengaruh terhadap berbagai aspek termasuk dalam selera fashion, kepercayaan diri, serta eksistensi diri.

Pengaruh yang dirasakan oleh para anggota terjadi adanya keinginan untuk mencapai tujuan dengan maksimal dengan motivasi yang dimiliki oleh setiap anggota, hal tersebut diperlukannya untuk memenuhi 5 (lima) kebutuhan dasar manusia menurut teori Hierarki Abraham Maslow seperti yang telah dijelaskan pada BAB II bagian Landasan Teoritik. Ketika kebutuhan dasar tersebut terpenuhi maka berdampak pada gaya hidup anggota komunitas The Nation Project.

“pengaruh yang saya rasakan di *dance cover* serta komunitas, 1. memiliki banyak penghargaan 2. menambah relasi di *dance cover* semakin banyak 3. membangun dan mereleasiskan ide bersama dengan tim 4. membangun komunikasi yang baik.”¹⁵ (Yusfi, 1/10/24)

¹⁵ Jawaban Yusfi Aprizal Dwiyanto (24 Tahun) pada 1 Oktober 2024 melalui *google form*:

Keberadaan *K-Pop dance cover* sendiri dianggap telah mewarnai gaya hidup para anggotanya serta menjadi hiburan bagi para masyarakat, hal ini berarti bahwa kegiatan ini mampu menunjukkan ekspresi diri mereka serta membentuk identitas mereka sebagai penari *K-Pop dance cover* dan memperluas kehidupan sosial mereka melalui komunitas yang memiliki minat yang sama. Sedangkan bagi masyarakat aktivitas ini menarik perhatian masyarakat sebagai hiburan seperti yang ditunjukkan pada diagram *google form* yang dilakukan oleh peneliti:

Gambar 4. 10 Diagram Keberadaan K-Pop Dance cover



Sumber: data google form Shaqira Juliansyah (November, 2024)

Terkait dengan gaya hidup remaja terhadap budaya *K-Pop Dance cover*, tampak perubahan kebiasaan yang dialami oleh anggota komunitas.

4.8.1 Membangun Kepercayaan Diri yang Kuat

Budaya *K-Pop dance cover* ini memiliki pengaruh dalam membangun kepercayaan diri para remaja anggota komunitas, ketika mereka terlibat dalam kegiatan ini bahkan tergabung ke dalam komunitas mereka mendapatkan dukungan emosional dari para anggota komunitas memungkinkan para remaja menjadi memiliki kepercayaan diri dalam bersosialisasi maupun tampil di depan umum.

Terlibat dalam kegiatan ini menjadikan mereka berani untuk menunjukkan siapa mereka sebenarnya baik melalui gaya berpakaian ataupun cara mereka mengekspresikan diri di atas panggung. Lingkungan komunitas menawarkan di mana anggota saling mendukung dan menerima satu sama lain agar merasa dihargai dan diterima terlepas dari kemampuan yang berbeda dari setiap anggota. Sehingga penerimaan ini memberi dampak yang besar pada kepercayaan diri mereka, karena ketika seseorang merasa diterima dan mendapatkan apresiasi walaupun kecil mereka cenderung akan lebih percaya diri untuk mengekspresikan diri tanpa takut akan penilaian atau ejekan.

Selain hal tersebut, interaksi dengan sesama anggota komunitas dan penggemar *K-Pop* lainnya di media sosial menjadi dorongan besar terhadap kepercayaan diri mereka, pujian serta dukungan yang didapat menjadikan mereka merasa bahwa usaha yang dilakukan lebih dihargai dan diakui. Sehingga, tampil di depan publik pun membantu mereka untuk dapat mengatasi rasa takut serta cemasnya walaupun perasaan tersebut selalu ada namun para anggota mampu mengatasinya dengan baik dengan tampil percaya diri baik dalam komunitas maupun kehidupan sehari-hari.

Salah satu contoh meningkatnya kepercayaan diri para remaja anggota komunitas The Nation Project yaitu; meningkatnya kepercayaan diri dalam tampil di depan umum, hal ini dapat terjadi karena para remaja sering berlatih dan terbiasa untuk tampil ditonton oleh banyak orang baik di acara kompetisi atau saat membuat konten *video dance cover* in public untuk kebutuhan media sosial (Youtube dan Instagram) yang di mana hal ini merupakan aktivitas yang cukup menantang untuk

mengatasi rasa malunya di depan umum. Para remaja berulang kali tampil dan menerima respon dari penonton ataupun publik, mereka merasa bahwa kemampuannya diapresiasi sehingga mereka merasa lebih percaya diri, dan hal ini tidak hanya dalam lingkup menari, tetapi kegiatan-kegiatan yang memerlukan keberanian untuk tampil maupun berada di depan umum.

4.8.2 Representasi Estetika Fashion

Representasi Estetika di sini berfokus pada selera fashion yaitu cara seseorang mengekspresikan identitas maupun perasaan mereka melalui pakaian yang digunakan, hal ini biasanya dipengaruhi oleh tren maupun budaya yang mencerminkan karakter serta identitas mereka.

Peneliti melakukan penelitian pada 26 anggota komunitas The Nation Project dan 18 di antaranya mengaku bahwa mengikuti *K-Pop Dance cover* mengalami perubahan gaya hidup khususnya dalam cara berpakaian serta selera fashion mereka setelah mengikuti aktivitas *K-Pop dance cover*. Perubahan ini dipengaruhi oleh adanya bentuk penyesuaian serta budaya *K-Pop* yang mereka representasikan melalui *dance cover*.

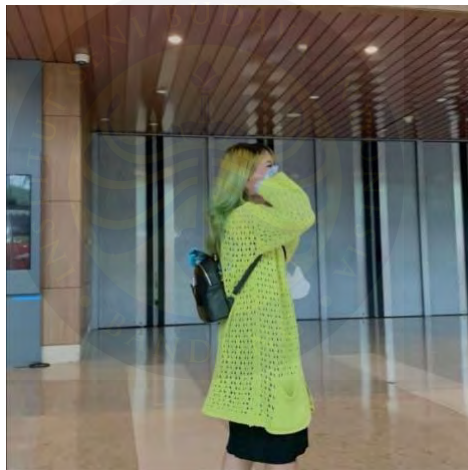
Perubahan ini terjadi karena para anggota seringkali meniru gaya berpakaian dari idol *K-Pop* yang mereka sukai sehingga mereka lebih sadar terhadap trend fashion terkini. Pada dasarnya idol *K-Pop* dikenal memiliki penampilan yang khas serta menarik, dengan mengikuti *dance cover*, para anggota tidak hanya mempelajari gerakan tarian akan tetapi juga meniru gaya berpakaian idol tersebut.

Terdapat empat (4) contoh dari pengaruh budaya *K-Pop* terhadap estetika fashion para anggota komunitas The Nation Project,

1) Menggunakan warna-warna cerah

Gaya *K-Pop* sendiri seringkali menampilkan kombinasi warna-warna yang mencolok. Hal tersebut menginspirasi remaja untuk mencoba warna yang sebelumnya mereka hindari karena dianggap terlalu mencolok, seperti warna-warna neon. Contoh, pada awalnya seseorang tidak nyaman menggunakan pakaian seperti baju atau celana berwarna hijau neon, namun karena warna dari grup idol kesukaannya hijau neon dan melihat idolanya menggunakan warna serupa, mereka mulai berani untuk tampil dengan warna tersebut.

Gambar 4. 11 Contoh Representasi Estetika Fashion



Sumber: Dokumentasi Peneliti

Penggunaan pakaian dengan warna mencolok seringkali ketika menonton konser *K-Pop*, yang dimana pada konser tersebut biasanya ditentukan warna *dresscode* nya yang bisa diikuti maupun tidak oleh para penonton.

2) Aksesoris atau atribut *K-Pop*.

Para penggemar cenderung menggunakan atribut atau aksesoris *K-Pop* untuk menunjukkan identitas mereka, atribut yang digunakan biasanya berupa;

- a) Gantungan kunci dengan identitas dari grup *K-Pop*.

Gambar 4. 12 Representasi Estetika Fashion (Atribut K-Pop: Gantungan Kunci)



Gantungan Kunci
NCT

Sumber: Pinterest

- b) Menggantung *photocard* idol *K-Pop* yang mereka sukai di tas-nya, *photocard* sendiri merupakan kartu dengan foto anggota idol *K-Pop* yang berukuran kecil, biasanya didapatkan saat membeli album fisik dari grup idolanya yang menampilkan berbagai pose dan konsep tergantung pada tema album tersebut.

Gambar 4. 13 Contoh Representasi Estetika (Atribut K-Pop: Photocard)



Sumber: Pinterest

- c) Membawa *lightstick* untuk konser maupun acara-acara lokal seperti *Noraebang K-Pop*, menjadi penonton di kompetisi *K-Pop dance*

cover, *lightstick* sendiri merupakan sebuah tongkat lampu yang dirancang khusus untuk setiap grup *K-Pop* atau artis *K-Pop*, setiap grup memiliki desain dan warna cahaya *lightstick* yang unik sesuai dengan identitas grup tersebut dan dapat dikontrol melalui Bluetooth untuk menyinkronkan cahaya *lightstick* dengan lagu yang dimainkan di konser.

Gambar 4. 14 Contoh Representasi Estetika Fashion (Atribut K-Pop Lightstick)



Sumber: Instagram Kacipa (@syifaepriila)

3) Gaya Rambut

Perubahan potongan, gaya, serta warna rambut. Para anggota lebih berani serta sering mencoba warna rambut cerah yang dilakukan oleh idol *K-Pop*. Hal ini merupakan salah satu bentuk ekspresi diri yang dilakukan oleh para remaja anggota The Nation Project. Para idol seringkali mengubah warna rambut dengan warna-warna cerah, hal ini memberikan inspirasi bagi para anggota untuk mencoba warna serupa.

Sebagai contoh, anggota komunitas yang biasanya memilih warna rambut natural seperti hitam atau coklat, dengan berjalannya waktu kemudian ia mulai

berani mencoba warna yang lebih mencolok seperti warna merah, abu-abu, hijau, dan lainnya sehingga hal ini memberikan tampilan yang lebih mencolok.

Gambar 4. 15 Contoh Representasi Estetika Fashion



Sumber: Instagram Yusfi (@yus_v22)

Laki-laki yang biasanya cenderung memiliki ketakutan dalam mewarnai rambut karena faktor ketidakcocokkan dengan struktur wajah dan warna kulit Indonesia cenderung sawo matang, namun tidak dengan Yusfi yang dengan berani mewarnai rambutnya dengan warna abu-abu. Keputusan ini menunjukkan peningkatan kepercayaan dirinya serta keberaniannya dalam mengambil keputusan untuk mewarnai rambut dan tampil lebih berani.

Gambar 4. 16 Contoh Representasi Estetika Fashion



Sumber: Instagram The Nation Project dan Anya (@thenation.project & @nyaxxeu)

Warna rambut merah cenderung dihindari oleh sebagian orang karena dianggap terlalu mencolok dan warna merah memiliki kesan marah. Namun, Anya berani menampilkan warna rambut merah yang mencolok hal tersebut menunjukkan keberaniannya dalam mengekspresikan dirinya melalui penampilan dan warna merah ini dianggap sebagai seseorang yang bersemangat. Seperti warna rambut yang digunakan oleh Joy Red Velvet pada saat ini

Gambar 4. 17 Contoh Representasi Estetika Warna Rambut



Sumber: Instagram Joy Red Velvet (@_inyour_joy)

4) Tata Rias Wajah dan Gaya Berpakaian

Gaya pakaian serta *makeup* yang lebih berekspresi. Para anggota juga lebih berani menampilkan gaya fashion yang lebih *unisex* yang tidak terbatas pada satu *gender* tetapi menggabungkan antara feminim dan maskulin, sehingga dengan penampilan ini memungkinkan para anggota merasakan kebebasan berekspresi tanpa batasan gender dalam fashion. Perubahan gaya fashion yang lebih berani dan ekspresif juga dilakukan oleh para anggota, karena dapat dilihat bahwa gaya berpakaian pecinta *K-Pop* biasanya lebih menonjol daripada gaya sehari-hari masyarakat pada umumnya, kebiasaan mereka di dalam komunitas yang tidak dihakimi menjadikannya menjadi lebih berekspresif dalam berpenampilan sehari-hari.

Gambar 4. 18 Contoh Representasi Estetika Fashion



Sumber: Instagram Anya (@nyaxxeu)

Selain itu, aktif dalam kegiatan *K-Pop dance cover* mengharuskan para anggota untuk menggunakan *makeup* serta berpenampilan menarik ketika *perform* maupun pengambilan *video dance cover* untuk konten Youtube. Hal tersebut menjadi kebiasaan para anggota untuk dalam keadaan full makeup baik ketika

berlatih maupun kesehariannya. Hal itu membuat mereka menjadi semakin percaya diri.

Pemilihan kostum dan makeup untuk konten Youtube juga menunjukkan adanya representasi estetika fashion yang dilakukan oleh para anggota, sehingga para penonton tidak hanya melihat kemampuannya dalam menari tetapi melihat juga keindahan berpakaianya.

Gambar 4. 19 Contoh Representasi Estetika Fashion



Sumber: Instagram The Nation Project (@thenation.project)

Dari pemaparan di atas mengenai representasi estetika fashion, bisa ditarik kesimpulan bahwa, keterlibatan para anggota dalam kegiatan ini membawa dampak pada selera fashion mereka sehari-hari. Mereka menjadi lebih berani dalam bereksperimen pada penampilan mereka dan mengikuti gaya yang lebih trendi. Karena hal itu setiap anggota saling memberikan saran gaya apa yang cocok untuk mereka. Anggota komunitas merasa lebih berani untuk mengekspresikan diri melalui gaya yang berbeda sehingga fashion menjadi salah satu bentuk ekspresi identitas yang kuat. Hal ini memperlihatkan bagaimana pengaruh budaya pop

global, khususnya dari Korea Selatan, mampu mengubah cara komunitas ini membentuk identitas dan selera fashion mereka.

4.8.3 Eksistensi Diri

Membangun relasi yang luas merupakan salah satu eksistensi diri setiap remaja serta merupakan salah satu faktor yang penting bagi manusia sebagai makhluk sosial. Bagi para anggota komunitas The Nation Project, eksistensi diri dalam komunitas tidak hanya tentang mengikuti kegiatan *K-Pop dance cover* maupun menjadi penggemar *K-Pop*, tetapi juga memperluas lingkaran sosial serta memperkuat rasa kebersamaan dengan lingkungan yang memiliki minat yang serupa. Membangun relasi yang luas ini memungkinkan para anggota merasa lebih diakui dan terlihat di lingkungan mereka, karena memiliki tempat dan peran di dalam komunitas.

Sebagai contoh, para remaja aktif menghadiri beberapa acara seperti event *K-Pop* atau Noraebang *K-Pop* bukan hanya menikmati hobinya akan tetapi juga membangun hubungan yang baru dengan orang baru sehingga memperluas relasi pertemanannya secara nyata maupun melalui media sosial untuk saling berinteraksi. Selain itu, para remaja juga membutuhkan eksistensi melalui adanya pengakuan lewat media sosial, karena ketika mereka membagikan aktivitasnya membantu mereka terlihat di dunia “maya” tersebut, setiap like maupun komentar yang didapat memberikan rasa bangga serta pengakuan atas apa yang mereka lakukan sehingga menciptakan dorongan untuk terus berpartisipasi karena mereka merasa bahwa apa yang dilakukannya dihargai dan disukai oleh banyak orang.

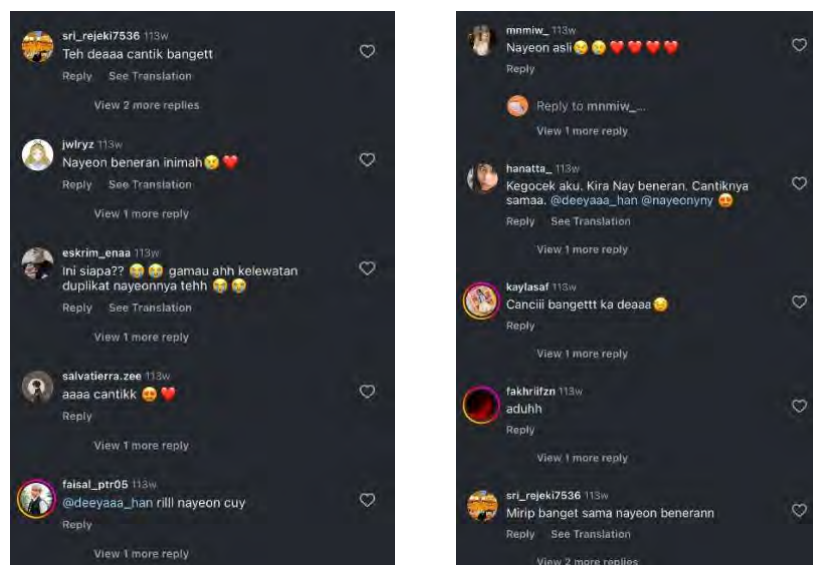
Sebagai contoh, salah satu anggota The Nation Project bernama Dea yang merupakan anggota grup *dance cover* Twice bernama Floryn dan memerankan posisi Nayeon (anggota Twice), melakukan *solo dance cover* dari lagu Nayeon berjudul “Pop”. Pada unggahan foto konsep Dea di akun Instagram komunitas The Nation Project mendapatkan banyak respon positif dengan banyak yang mengatakan bahwa Ia memiliki kemiripan dengan Nayeon.

Gambar 4. 20 Foto Konsep Solo Dance Cover Nayeon-Pop (Dea)



Sumber: Akun Instagram The Nation Project (@thenation.project)

Gambar 4. 21 Eksistensi diri di Media Sosial



Sumber: 1 Komentar Instagram The Nation Project dan Dea (@deeyaaa_han)

Dengan menjadi dance cover idol korea yang menirukan idol K-Pop, seseorang tersebut menjadi representasi Idol yang ditiru sehingga fans idola tersebut tidak jarang meminta foto seolah-olah mereka berfoto dengan idola yang mereka sukai. Hal tersebut berpengaruh pada rasa eksistensi diri remaja anggota The Nation Project, selain mendapat pengikut di media sosial. eksistensi diri mereka di lingkungan sekitarnya, seperti bagaimana mereka dikenal oleh orang banyak, disukai oleh penggemar *K-Pop*, serta diakui dalam komunitas maupun lingkungan yang lebih luas. Sehingga budaya *K-Pop dance cover* lebih dari sekedar tren; karena dapat menjadi ruang bagi pada penggemar untuk memperkuat jati diri serta kehadiran dirinya di mata orang lain.

