

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi. Fenomenologi merupakan sebuah pendekatan dalam penelitian kualitatif yang fokus pada pemahaman mendalam terhadap pengalaman individu (Creswell, 2014). Dalam konteks ini, peneliti berusaha menggali bagaimana individu mengalami dan memberikan makna pada fenomena K-Pop. Dalam industri K-Pop yang sangat kompleks, para penggemar sering terlibat dari mengikuti idola dan grup K-Pop favorit hingga berpartisipasi dalam budaya fanbase. Untuk itu, fenomenologi memungkinkan peneliti untuk mencari esensi pengalaman serta makna yang tersembunyi dan mencari penjelasannya (Moustakas, 1994). Dalam konteks penggemar K-Pop, fenomenologi membuka peluang untuk menggali makna tersembunyi bagaimana perasaan kedekatan penggemar terhadap idolanya terbentuk, dan mengeksplorasi bagaimana pengalaman ini membentuk identitas mereka. Penelitian ini tidak hanya menggambarkan fenomena penggemar K-Pop, tetapi juga untuk memahami pengalaman dan makna yang mungkin tidak dapat diakses melalui metode penelitian lainnya.

Fenomenologi dilakukan bertujuan untuk mengeksplorasi pengalaman *celebrity worship* (Ang & Chan, 2016), dalam hal ini penggunaan media sosial. Ang & Chan (2016) berfokus pada tiga faktor yang menyebabkan terjadinya *celebrity worship*. Mulai dari produk selebriti seperti suara dan penampilan, karakter pribadi dari selebriti, dan pengaruh teman sebaya sebagai agen sosialisasi yang mampu mempengaruhi sehingga dapat mengidolakan selebriti.

Penjelasan lebih lanjut terkait faktor yang menyebabkan terjadinya *celebrity worship*. Brooks (2021), menyebut faktor yang menyebabkan terjadinya *celebrity worship*. Pertama, faktor demografis terdiri dari usia, jenis kelamin, budaya, dan etnis. Secara umum *celebrity worship* terjadi pada usia remaja dan kalangan wanita. Faktor budaya dan etnis dari setiap negara dan wilayah dapat menyebabkan tingkat pengidolaan selebriti yang berbeda

pula. Pada faktor demografis yang lain seperti pendidikan, pekerjaan, atau status perkawinan tidak memiliki hubungannya dengan *celebrity worship*. Kedua, faktor kepribadian yang suka hiburan dan bersosial memiliki kecenderungan terjadinya *celebrity worship*. Ketiga, faktor perilaku dan kognitif-perilaku berupa fantasi serta perilaku obsesif. Terjadinya fantasi karena terus mengikuti idolanya sedangkan perilaku obsesif seperti bertahan dalam kegiatan acara agar dapat mengganggu selebriti bahkan sampai pada ancaman. Keempat, faktor kognitif yang ditandai dengan fleksibilitas kognitif dan berpikir kritis pada *celebrity worship* ketika individu yang intens mengikuti idolanya. Kelima, faktor hubungan dengan orang tua dan sahabat yang kurang dekat membuat terjadinya *celebrity worship*. Keenam, faktor sikap terhadap tubuh, makan, dan bedah plastik. Ketidakpuasan terhadap tubuh berimbas pada mengidolakan tubuh yang sempurna pada selebriti dan juga berakibat pola makan untuk mencapai tubuh ideal. Citra tubuh yang ideal ini yang kemudian membenarkan tindakan bedah plastik untuk menjadi seperti idola yang disukainya. Ketujuh, faktor psikologis ketika dikaitkan dengan aspek hiburan dan sosial maka *celebrity worship* dilihat sebagai kepuasan hidup.

Moustakas (1994) menyampaikan dasar pemilihan metode fenomenologi memungkinkan peneliti untuk mendekati dan memahami pengalaman subjektif individu secara mendalam. Dalam konteks penggemar K-Pop, fenomenologi membantu menggali pengalaman penggemar K-Pop terkait dengan ketertarikan, pengaruh, dan makna yang mereka berikan pada K-Pop itu sendiri. Fenomenologi menawarkan kerangka kerja yang memungkinkan peneliti untuk memahami dan menafsirkan makna yang diberikan oleh para penggemar terhadap budaya K-Pop. Dengan fokus pada pengalaman subjektif, metode ini memungkinkan eksplorasi yang komprehensif terhadap pengalaman penggemar K-pop. Dengan kepekaan terhadap informan, fenomenologi membuka pintu bagi peneliti untuk memahami cara di mana idola-idola K-pop mempengaruhi dan memberikan makna dalam kehidupan penggemar.

Pilarska (2021, hlm. 64) menyatakan desain penelitian kualitatif fenomenologis memiliki keunggulan karena dinilai sangat humanistik, menghormati realitas budaya serta sosial dan psikologis yang diteliti, sifatnya yang dialogis, interpretatif, dan terjadi dinamika interaktif. Prinsip tersebut diartikan bahwa seseorang membangun pemahaman dan pengetahuan mereka sendiri. Prinsip-prinsip ini mengimplikasikan bahwa setiap individu memiliki peran aktif dalam membangun pemahaman dan pengetahuan mereka sendiri, suatu konsep yang dapat diaplikasikan pada penggemar K-Pop yang menggunakan media sosial.

Dalam konteks ini, penggemar K-Pop sebagai pengguna media sosial. Fenomena mediasi media sosial yang digunakan penggemar K-Pop sarat dengan makna bahwa pengguna sebagai individu memiliki kebebasan berpikir dan otonom. Menciptakan makna akan kehadiran media sosial sebagai identitas, motivasi, *uses and gratification*.

3.2 Subjek dan Lokasi Penelitian

3.2.1 Subjek Penelitian

Pada subjek penelitian, diperlukan sejumlah subjek yang dapat memberikan informasi, data, dan menggambarkan secara komprehensif mengenai penggunaan media sosial. Pengguna media sosial sebagai penggemar K-Pop dalam hal ini mahasiswa yang ada di Pekanbaru. Subjek penelitian dipilih secara *purposive dan snowball sampling*. Sejalan dengan Mohd Jenol & Ahmad Pazil (2022) yang meneliti penggemar K-Pop di Malaysia, menegaskan bahwa penggemar K-Pop merupakan bagian dari budaya partisipatif yang secara aktif membuat dan memproduksi konten media dan memberi mereka peran sosial di fandom masing-masing.

Dengan *purposive sampling*, penelitian ini memilih informan yang representatif sesuai dengan pemahaman yang lebih baik tentang budaya K-Pop. Kemudian, Snowball sampling juga digunakan karena beberapa informan yang diperkenalkan atau direkomendasikan oleh informan lainnya. Untuk itu, subjek penelitian ini adalah mereka

mahasiswa sebagai penggemar K-Pop yang berasal dari dua kampus ternama yang ada di Pekanbaru (Universitas Riau dan Universitas Muhammadiyah Riau), sebagai berikut.

1. Penggemar K-Pop 1, mahasiswa jurusan Keperawatan Universitas Muhammadiyah Riau (UMRI). Penggemar NCT dan Seventeen, mengikuti idolanya di media sosial LYSN (SM Entertainment).
2. Penggemar K-Pop 2, mahasiswa jurusan Kimia Universitas Muhammadiyah Riau (UMRI). Penggemar BTS, mengikuti idolanya di media sosial Wiverse (SM Entertainment).
3. Penggemar K-Pop 3, mahasiswa jurusan Teknik Kimia Universitas Muhammadiyah Riau (UMRI). Penggemar BTS, mengikuti perkembangan idolanya di media sosial Instagram.
4. Penggemar K-Pop 4, mahasiswa jurusan Keperawatan Universitas Muhammadiyah Riau (UMRI). Penggemar EXO dan NCT, mengikuti perkembangan idolanya di media sosial umum.
5. Penggemar K-Pop 5, mahasiswa jurusan Keperawatan Universitas Muhammadiyah Riau (UMRI). Penggemar EXO, mengikuti perkembangan idolanya di Instagram.
6. Penggemar K-Pop 6, mahasiswa jurusan Keperawatan Universitas Muhammadiyah Riau (UMRI). Penggemar EXO, mengikuti perkembangan idolanya di Instagram.
7. Penggemar K-Pop 7, mahasiswa jurusan Keperawatan Universitas Muhammadiyah Riau (UMRI). Penggemar GOT7, mengikuti perkembangan idolanya di Instagram dan Twitter.
8. Penggemar K-Pop 8, mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Riau (UMRI). Penggemar MONSTA X, mengikuti perkembangan idolanya di media sosial umum.
9. Penggemar K-Pop 9, mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Riau (UMRI). Penggemar Seventeen, mengikuti perkembangan idolanya di media sosial umum.

10. Penggemar K-Pop 10, mahasiswa jurusan Kebidanan Universitas Muhammadiyah Riau (UMRI). Penggemar EXO, mengikuti perkembangan idolanya di media sosial umum.
11. Penggemar K-Pop 11, mahasiswa jurusan Farmasi Universitas Muhammadiyah Riau (UMRI). Penggemar multi-fandom (BTS, NCT, ENHYPEN, iKON), mengikuti perkembangan idolanya di media sosial umum.
12. Penggemar K-Pop 12, mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Riau (UMRI). Penggemar EXO, mengikuti perkembangan idolanya di media sosial.
13. Penggemar K-Pop 13, mahasiswa jurusan Kimia Universitas Muhammadiyah Riau (UMRI). Penggemar BTS, mengikuti perkembangan idolanya di media sosial Wiverse (SM Entertainment).
14. Penggemar K-Pop 14, mahasiswa jurusan Keperawatan Universitas Muhammadiyah Riau (UMRI). Penggemar EXO, mengikuti perkembangan idolanya di media sosial umum.
15. Penggemar K-Pop 15, mahasiswa jurusan Kimia Universitas Muhammadiyah Riau (UMRI). Penggemar Seventeen, mengikuti perkembangan idolanya di media sosial umum.
16. Penggemar K-Pop 16, mahasiswa jurusan Akuntansi Universitas Riau (UNRI). Penggemar EXO dan Chanyeol, mengikuti perkembangan idolanya di media sosial umum.
17. Penggemar K-Pop 17, mahasiswa jurusan Ilmu Hukum Universitas Riau (UNRI). Penggemar EXO dan D.O., mengikuti perkembangan idolanya di media sosial umum.
18. Penggemar K-Pop 18, mahasiswa jurusan Akuntansi Universitas Riau (UNRI). Penggemar BTS, mengikuti perkembangan idolanya di media sosial Instagram dan TikTok.
19. Penggemar K-Pop 19, mahasiswa jurusan Manajemen Universitas Riau (UNRI). Penggemar BTS (Kim Taehyung), mengikuti perkembangan idolanya di media sosial Instagram.

20. Penggemar K-Pop 20, mahasiswa jurusan Farmasi Universitas Riau (UNRI). Penggemar J-HOPE, mengikuti perkembangan idolanya di media sosial Facebook dan Instagram.
21. Penggemar K-Pop 21, mahasiswa Pendidikan Matematika Universitas Riau (UNRI). Penggemar BTS (Jimin), mengikuti perkembangan idolanya di media sosial TikTok.
22. Penggemar K-Pop 22, mahasiswa jurusan Akuntansi Universitas Riau (UNRI). Penggemar NCT, mengikuti perkembangan idolanya di media sosial Instagram, TikTok, dan YouTube.
23. Penggemar K-Pop 23, mahasiswa jurusan Akuntansi Universitas Riau (UNRI). Penggemar BTS, mengikuti perkembangan idolanya di media sosial Instagram dan TikTok.
24. Penggemar K-Pop 24, mahasiswa jurusan Matematika Universitas Riau (UNRI). Penggemar NCT, mengikuti perkembangan idolanya di media sosial Instagram dan Facebook.
25. Penggemar K-Pop 25, mahasiswa jurusan Akuntansi Universitas Riau (UNRI). Penggemar BTS, mengikuti perkembangan idolanya di media sosial Instagram dan YouTube.
26. Penggemar K-Pop 26, mahasiswa jurusan Pendidikan Kedokteran Universitas Riau (UNRI). Penggemar member NCT (Lucas), mengikuti perkembangan idolanya di media sosial Instagram dan Facebook.
27. Penggemar K-Pop 27, mahasiswa jurusan Akuntansi Universitas Riau (UNRI). Penggemar BTS dan TXT, mengikuti perkembangan idolanya di media sosial Twitter.
28. Penggemar K-Pop 28, mahasiswa jurusan PGSD Universitas Riau (UNRI). Penggemar NCT (Haechan), mengikuti perkembangan idolanya di berbagai media sosial umum.
29. Penggemar K-Pop 29, mahasiswa Akuntansi Universitas Riau (UNRI). Penggemar BTS dan NCT, mengikuti perkembangan idolanya di TikTok, Instagram, dan YouTube.

Penentuan 29 informan tersebut ditentukan secara purposive dan snowball sampling. Jumlah 29 informan mengacu pada penelitian terdahulu, dalam studi kualitatif Baudinette (2020) tentang konsumsi budaya Korea di Australia jumlah informannya 14, studi kualitatif Yoon et al. (2020) tentang K-Pop di Spanyol jumlah informannya 16, studi kualitatif Yoon (2018) tentang imajinasi global K-pop di Kanada jumlah informannya 32, studi kualitatif Rosidi (2020) tentang drama Korea di Indonesia jumlah informannya 42. Untuk itu, penelitian ini mengacu pada saran Moustakas (1994, hlm. 90) terkait jumlah informan kualitatif sebaiknya berkisar antara 12 sampai 15. Dengan melihat lokasi penelitian di dua kampus maka informan penelitian sebanyak 29, yang terdiri dari 14 informan mahasiswa dari Universitas Riau dan 15 informan mahasiswa dari Universitas Muhammadiyah Riau.

Penentuan subjek penelitian berdasarkan kriteria informan yang disampaikan Sulistiyo (2019, hlm. 38). Beberapa kriteria informan yang dapat dijadikan sebagai subjek penelitian. Pertama, mereka yang paham atau menguasai suatu hal melalui proses enkulturasi, sehingga mereka tidak hanya mengetahui informasi tersebut tetapi juga merasakannya karena mereka tinggal dan hidup dalam budaya lokal serta terlibat dalam kegiatan rutin di tempat tersebut. Mereka memiliki pengalaman yang kaya terkait budaya tersebut dan bukanlah orang baru di lingkungan tersebut. Kedua, mereka yang masih aktif terlibat dalam kegiatan yang sedang diteliti. Ketiga, mereka yang memiliki waktu yang cukup untuk memberikan informasi. Dengan kata lain, informan tersebut dapat meluangkan waktu untuk berinteraksi dengan peneliti. Keempat, mereka yang tidak memiliki kecenderungan untuk mengemas informasi sesuai keinginan mereka sendiri. Kelima, mereka yang dapat berfungsi sebagai sumber pengetahuan atau informasi yang menarik.

3.2.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kota Pekanbaru, Provinsi Riau. Secara khusus dilakukan di kampus yaitu Universitas Riau dan

Universitas Muhammadiyah Riau. Pemilihan lokasi dapat memberikan gambaran tentang bagaimana fenomena penggemar K-Pop yang tercermin dalam kalangan mahasiswa di wilayah yang memiliki latar belakang dua institusi pendidikan yang berbeda yaitu kampus negeri dan swasta sehingga diharapkan dapat memberikan hasil yang lebih komprehensif.

Penentuan dua lokasi penelitian (UMRI dan UNRI) terkait dengan K-Pop sebagai budaya populer akan dihadapkan dengan budaya di Indonesia. Terlebih, Islam sebagai agama mayoritas tentunya nilai-nilainya akan menjadi perhatian menarik dihadapkan dengan budaya dari Korea yaitu K-Pop. Penelitian ini berkonsultasi pada temuan penelitian Effendi (2015) bahwa mahasiswa penggemar K-Pop di Universitas Muhammadiyah Malang meniru gaya dance K-Pop. Sebagaimana temuan penelitian Wijaya Mulya (2021), budaya populer seperti K-Pop tidak sesuai dan bertentangan dengan nilai-nilai, keyakinan, dan praktik Islam. Atas dasar itu pula, penelitian ini berdiskusi dengan penelitian Rosidi & Khotimah (2020) bahwa dalam kajian budaya, budaya Korea sebagai bentuk dari imperialisme budaya terhadap generasi muda Indonesia.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Wawancara

Teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam kepada para informan. Mengacu pada saran Moustakas (1994, hlm. 90), jumlah informan berkisar antara 12 sampai 15. Mengacu pada saran tersebut dan melihat kondisi subjek serta lokasi penelitian maka informan penelitian ini 29 informan, sebagaimana yang sudah dibahas pada bagian subjek penelitian sebelumnya. Wawancara juga dilakukan pada pakar dan tokoh yang paham terkait dengan tema penelitian sebanyak 3 orang.

Pertama, Prof. Dr. Imron Rosyidi, S.Pd., M.A adalah seorang Professor dalam bidang Sosiologi Islam di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Pekanbaru. Beliau juga menjabat sebagai

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi di UIN Sultan Syarif Kasim Riau. Prof Imron Rosyidi gelar PhD bidang Asian Studies, Universiti Brunei Darussalam dan MA dalam bidang Islamic Studies, Leiden University, Belanda. Selain itu, Prof. Imron Rosyidi telah banyak menulis mengenai budaya Korea, terutama dalam konteks drama Korea. Berdasarkan latar belakang dan penelitian terdahulunya, beliau sebagai pakar yang sangat kompeten dan relevan untuk diwawancarai terkait tema penelitian ini.

Kedua, Suci Shinta Lestari, S.Sos., M.I.K, adalah seorang Dosen Ilmu Komunikasi dan menjabat sebagai Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Teknik Universitas Abdurrab, Pekanbaru. Beliau memiliki pengalaman dalam menulis beberapa artikel yang berkaitan dengan media sosial, komunikasi, dan budaya. Dengan latar belakang pendidikan dan penelitian yang dimilikinya, Buk Suci Shinta Lestari dianggap sebagai seorang pakar yang kompeten dan relevan untuk diwawancarai terkait dengan tema penelitian ini.

Ketiga, Wahyu Ary Sandy, S.T adalah Ketua Relawan Teknologi Informasi dan Komunikasi wilayah Riau (RTIK Riau). Beliau aktif terlibat dalam berbagai kegiatan, terutama yang berkaitan dengan literasi digital. Dengan pengalaman dan pengetahuannya terutama dalam literasi digital di Riau, Wahyu Ary Sandy dianggap sebagai seorang tokoh yang sangat relevan untuk diwawancarai terkait dengan tema penelitian ini.

Wawancara dilakukan dengan berbagai metode, termasuk pertemuan langsung tatap muka dan diskusi daring yang memungkinkan peneliti untuk menggali informasi penting dari semua informan dan tokoh yang terlibat dalam penelitian ini. Pendekatan dialog, tanya jawab, dan berbagai teknik lainnya digunakan untuk memastikan bahwa informasi yang relevan dan khas dari setiap informan dapat diperoleh. Metode wawancara langsung diaplikasikan agar dapat menggali informasi penting dari setiap informan, dengan

tujuan memahami karakteristik dan pandangan masing-masing informan.

3.3.2 Observasi

Teknik pengumpulan data berupa observasi dengan cara mengamati informan di tempat-tempat lokasi penelitian dan di akun media sosial mereka. Hal tersebut dilakukan untuk memperoleh data dan informasi yang lebih akurat, objektif, dan komprehensif. Pada kegiatan observasi, peneliti mengamati bagaimana kehidupan keseharian para informan baik di media sosial maupun di kampus. Data yang terkumpul melalui observasi diharapkan dapat menggambarkan situasi yang akurat, objektif, serta komprehensif karena pengamatan dilakukan di media sosial dan lokasi penelitian.

Selama kegiatan observasi, peneliti mengamati dengan seksama kehidupan sehari-hari para informan, baik melalui media sosial maupun di lingkungan kampus. Data yang terkumpul melalui proses observasi diharapkan mampu memberikan gambaran yang sangat akurat, objektif, dan mendalam, karena pengamatan dilakukan secara langsung di berbagai platform media sosial serta lokasi penelitian yang relevan.

3.3.3 Studi Dokumentasi

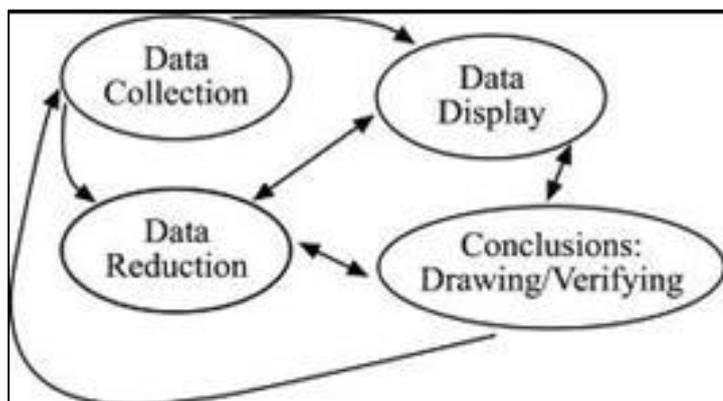
Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan sumber data berupa dokumen peraturan perundangan yang relevan, laporan penelitian terdahulu, makalah, dan jurnal yang memiliki kaitan dengan topik penelitian. Pendekatan ini digunakan mulai dari tahap proposal hingga penyusunan laporan akhir penelitian. Pengumpulan dokumen-dokumen ini dianggap penting karena akan menjadi dasar analisis terkait literasi budaya kewargaan, dan tema-tema yang relevan dengan penelitian.

Data yang diperoleh dari dokumen-dokumen tersebut akan dianalisis secara teliti untuk mendukung pemahaman dan penelitian terkait dengan aspek literasi budaya kewargaan yang menjadi fokus penelitian ini. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk menggali

informasi yang mendalam dan mendukung pengembangan argumen serta temuan dalam penelitian.

3.4 Analisis Data

Analisis data kualitatif terdiri dari tiga alur kegiatan yang dilakukan secara bersamaan. Terdiri dari reduksi data, sajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi (Miles & Huberman, 1994, hlm. 12). Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, abstraksi dan transformasi terhadap data kasar yang diperoleh dari catatan lapangan. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis data yang bertujuan untuk menajamkan, mengelompokkan, memfokuskan, pembuangan yang tidak perlu, dan mengorganisasikan data untuk memperoleh kesimpulan final. Penyajian data dilakukan dengan menyajikan sekumpulan informasi yang tersusun dalam suatu kesatuan bentuk yang disederhanakan, selektif dalam konfigurasi yang mudah dipakai sehingga memberi kemungkinan adanya pengambilan keputusan. Setelah data tersaji secara baik dan terorganisasi maka dilakukan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Model analisis interaktif dari Miles dan Huberman dapat dilihat pada gambar 3.1 berikut:



Gambar 3.1 Analysis Interactive Model (Miles & Huberman, 1994).

3.5 Validitas Data

Untuk memperoleh hasil penelitian yang dapat dipercaya kebenarannya, maka validasi hasil penelitian menggunakan triangulasi data. Triangulasi data berdasarkan sumber data yang terdiri dari jawaban mahasiswa, pakar atau akademisi dari tiga kampus sebagaimana disebutkan pada subjek penelitian. Triangulasi data berdasarkan teknik pengumpulan

data yaitu data observasi, wawancara, dan dokumentasi yang kemudian dicek kebenarannya. Untuk itu, tahap triangulasi data sangat penting dilakukan dalam penelitian ini agar tingkat kepercayaan hasil penelitian dapat dipercaya kebenarannya.

Melalui pendekatan triangulasi data, peneliti dapat memastikan bahwa hasil penelitian tidak hanya didasarkan pada satu sumber atau satu metode pengumpulan data saja. Dengan membandingkan dan menyelaraskan berbagai data dari berbagai sumber dan teknik, peneliti dapat memverifikasi dan memastikan kebenaran temuan serta kesahihan hasil penelitian. Hal ini akan meningkatkan tingkat kepercayaan terhadap hasil penelitian yang dihasilkan.