

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Fenomena “*Korean Wave*” atau disebut juga *Hallyu* (Gelombang Korea) merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan keberhasilan budaya Korea Selatan yang mendunia (Z, Rifqi, & Zaituni, 2022). Akibat dari globalisasi yang masif serta antusiasme publik yang besar maka Indonesia menjadi salah satu negara yang paling terdampak *Korean Wave*. Hal ini dibuktikan dari hasil survei pada tahun 2023 yang dilakukan oleh *Korea Tourism Organization* (KTO) pada 26 negara, dapat diketahui bahwa konsumsi konten budaya Korea Selatan di Indonesia mencapai 35%, 10% lebih tinggi dari rata-rata yaitu sekitar 25% (Tashandra, 2023).

Jika sebelumnya globalisasi sangat erat dengan westernisasi yang mendominasi, kini muncul *Korean Wave* sebagai bentuk globalisasi budaya versi Asia (Valentinda & Istriyani, 2013). *Korean Wave* secara perlahan berhasil menggeser arus westernisasi yang sudah mendunia sejak tahun 1700-an (Larasati, 2018). Sama seperti westernisasi, *Korean Wave* juga menyuguhkan berbagai macam produk yaitu drama, film, musik, *fashion*, gaya hidup, *variety show*, makanan, budaya, wisata, dan teknologi (Pertiwi, 2013).

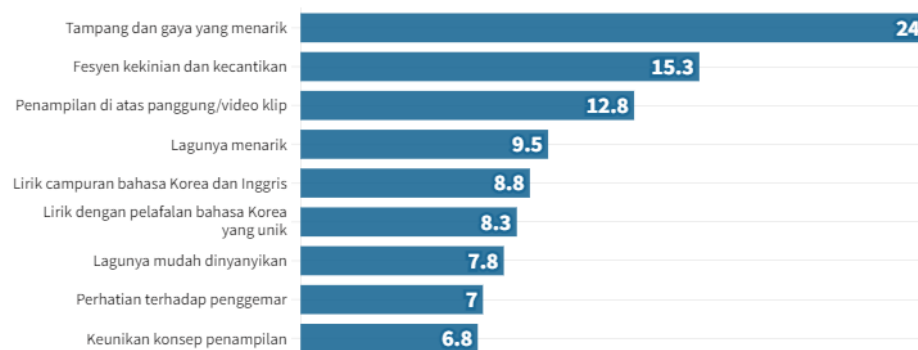
Hal yang paling digandrungi dan menjadi produk unggulan dari *K-Wave* yaitu *Korean Pop* dan K-Drama (Pertiwi, 2013). Kegemaran masyarakat Indonesia terhadap dua hal tersebut dapat dibuktikan dari seberapa sering *Korean Pop* dan K-Drama menjadi perbincangan dan *trending* di berbagai platform media sosial. Bukan hanya menjadi konten hiburan, *Korean Pop* dan K-Drama pun dijadikan sebagai duta pariwisata, *fashion*, hingga kerja sama militer (Nurhani & Arfani, 2013). Hal ini dilakukan oleh pemerintah Korea Selatan untuk mengenalkan dan menambah ketertarikan dunia terhadap budaya Korea.

Kegemaran masyarakat Indonesia terhadap hiburan Korea bermula pada tahun 2002. Saat itu salah satu stasiun televisi Indonesia menayangkan K-drama yang berjudul “*Winter Sonata*” yang berhasil menarik perhatian kalangan muda dan usia setengah baya (Rostineu, 2011). Setelah itu, berbagai stasiun televisi Indonesia berlomba-lomba untuk menayangkan drama lainnya dari negeri ginseng tersebut

(Z, Rifqi, & Zaituni, 2022). Salah satunya tayang drama fenomenal yang berjudul “*Full House*” pada sekitar tahun 2004 yang menjadi gerbang bagi drama-drama dan lagu-lagu Korea untuk turut eksis dalam hiburan Indonesia.

Melalui drama-drama yang mulai bermunculan, masyarakat Indonesia mulai mengenal dan terbiasa dengan budaya Korea yang disuguhkan dalam cerita. Masyarakat pun mulai terbiasa mendengar bahasa Korea dan mendengar musik Korea yang tak jarang menjadi *original soundtrack* (Ost) drama yang sedang tayang. Hal inilah yang menjadi salah satu penyebab *Korean Pop* mudah diterima masyarakat.

Korean Pop mampu menyuguhkan musik yang *easy listening* dan membuat pendengar memutar musiknya secara berulang. Selain itu, *idol Korean Pop* menyuguhkan tampang yang rupawan dan gaya yang *trendy*, sehingga membuat masyarakat semakin enggan berpaling. Hal ini diperkuat oleh penelitian *Statista* pada tahun 2017 yang melibatkan responden secara *online* sebanyak 400 responden.



Sumber: Statista

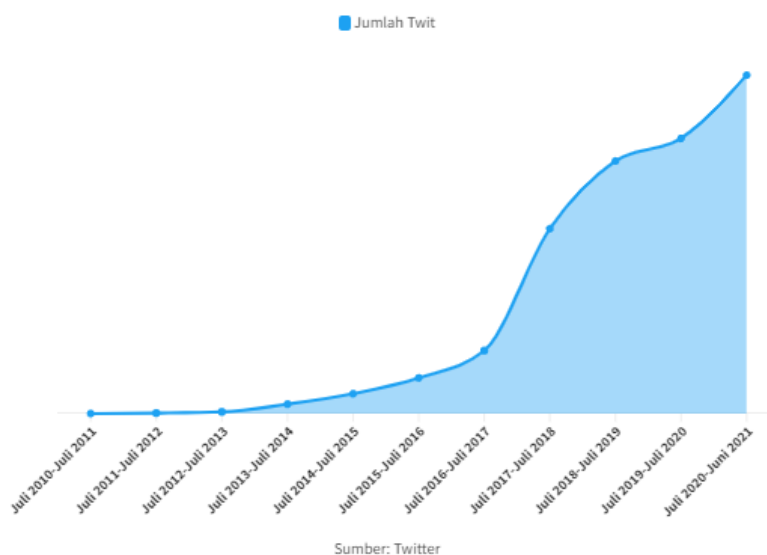
*Penelitian dilakukan pada 2017 secara online dengan jumlah responden 400

Gambar 1. 1 Faktor yang paling mendominasi kepopuleran musik *Korean Pop* di Indonesia

Hasil penelitian menyatakan bahwa faktor yang paling mendominasi kepopuleran musik *Korean Pop* di Indonesia yaitu aspek penampilan yang meliputi penampilan fisik dan *fashion*. Kemudian, aspek yang berhubungan dengan musik yaitu video musik, penampilan panggung, irama lagu, dan lirik lagu. Kemudian yang terakhir ada aspek lainnya yaitu interaksi dengan penggemar dan keunikan konsep penampilan (Javier, 2021).

Kemunculan *boygroup* dan *girlgroup* seperti Super Junior, Big Bang, SNSD, BTS, EXO, 2NE1, 2PM, dan Wonder Girls dengan lagu andalan mereka masing-masing mampu menghipnotis remaja Indonesia menjadi semakin tertarik dengan *Korean Pop*. Hal ini juga menginspirasi musik Indonesia dengan munculnya *boyband* dan *girlband* Indonesia yang namanya ikut melambung seiring perkembangan *Korean Pop*, seperti Cherrybell, Coboy Junior, Smash, dan masih banyak lagi (Mumtaza & Anshori, 2022).

Pada dewasa ini peminat *Korean Pop* di Indonesia sudah menyentuh berbagai lapisan masyarakat. Menurut survei yang dilakukan oleh IDN Timer (2019), pada umumnya penggemar *Korean Pop* di Indonesia memiliki berbagai kisaran usia, di antaranya usia 10-15 tahun memiliki persentase 9,3%, usia 15-20 tahun dengan persentase 38,1%, usia 20-25 tahun dengan persentase 40,7%, sedangkan usia 25 tahun ke atas kisaran persentase 11,9% (Nata, et al., 2022). Kepopuleran *Korean Pop* di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Hal ini didukung oleh teknologi yang semakin modern, serta akses internet yang semakin mudah. Puncaknya mulai pada tahun 2020 ketika pandemi Covid-19 melanda, penggemar *Korean Pop* meningkat seiring dengan penggunaan internet yang juga meningkat. Salah satu alasannya yaitu karena masyarakat membutuhkan lebih banyak hiburan yang dapat diakses walau hanya di rumah saja.



Gambar 1. 2 Jumlah Kicauan tentang *Korean Pop* 2010-2021

Seperti pada diagram penelitian Twitter di atas, peningkatan kicauan yang berhubungan dengan *Korean Pop* meningkat secara signifikan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada 1 Juli 2020 hingga 20 Juni 2021 terdapat sekitar 7,5 miliar kicauan yang berhubungan dengan *Korean Pop*, berbeda dari tahun sebelumnya yaitu 6,1 miliar kicauan. Hal ini membuat rekor baru dari tahun-tahun sebelumnya. Sehingga, jika dirata-ratakan kenaikan kicauan yang berhubungan dengan *Korean Pop* mencapai 131 persen per tahun sejak tahun 2010 hingga tahun 2021. Dalam penelitian ini, X menggunakan pelacakan kata kunci yang berhubungan dengan *Korean Pop* seperti nama artis, *hashtag*, serta *mention* akun resmi *Idol Korean Pop* (Javier, 2021).

Pertumbuhan *Korean Pop* dan daya tarik masyarakat terhadap *Korean Pop* tentu saja bukan hanya memengaruhi kepopuleran dan penyebaran *Korean Pop* di Indonesia, akan tetapi memengaruhi berbagai aspek terutama pada aspek budaya dan agama. Indonesia terkenal dengan kekayaan budaya yang sangat beragam, terdiri dari 38 provinsi, lebih dari 1.300 suku bangsa (Administrator, Suku Bangsa, 2017), dan sekitar 718 bahasa (Finaka, 2023). Selain itu, Indonesia juga dikenal sebagai negara yang mempercayai Tuhan dengan 6 agama resmi yang diakui oleh negara. Persebaran agama di Indonesia di antaranya, 87,2% Islam, 6,9% Kristen Protestan, 2,9% Kristen Katolik, 1,7% Hindu, 0,7% Budha, dan 0,05% Konghucu (Administrator, Indonesia.go.id, 2023). Maka tak heran jika bangsa Indonesia merupakan bangsa yang adaptif terhadap suatu budaya. Dengan karakter Indonesia yang adaptif ini, tentu menghasilkan dua percabangan di mana masyarakat khususnya penggemar *Korean Pop* dapat mengelola budaya baru ini ke arah positif atau ke arah negatif (Z, Rifqi, & Zaituni, Fenomena Pergeseran Nilai-Nilai Religius Mahasiswa PAI UIN Malang Akibat Korean Wave (K-Pop dan K-Drama), 2022).

Dampak positif dan negatif dari menggemari *Korean Pop* telah diteliti oleh Felinda Rahma Greaty Az-Zahra, Tasya Adelia Putri, Yulianti Syafrial, dan Dasa Octania (2021) yang berjudul “Dampak Budaya Kpop Terhadap Gaya Hidup Santriwati PPTQ Al-Hasan Ponorogo”. Dalam penelitian tersebut, menyatakan bahwa dampak positif yang dirasakan santri PPTQ Al-Hasan Ponorogo dalam menggemari *Korean Pop* yaitu dapat mempelajari bahasa asing serta budayanya, mengerti bahasa Korea, menambah pemahaman mengenai media sosial, mudah

mendapatkan teman yang memiliki minat yang sama dalam jangkauan luas, secara tanpa sadar meniru gaya hidup masyarakat Korea salah satunya mengenai kedisiplinan, menjadi sarana hiburan, penghilang stres, menambah rasa percaya diri, menambah motivasi belajar, menambah antusiasme diri, lebih memerhatikan penampilan, dan membentuk pemikiran positif. Sedangkan, dampak negatifnya yaitu meniru budaya yang kurang sesuai dengan identitas bangsa Indonesia, berkurangnya konsentrasi belajar, belajar bukan lagi prioritas, santriwati lebih menyukai budaya Korea daripada budaya Indonesia, lebih mengikuti tren Korea seperti *fashion* dan makanan, menutup ruang lingkup pertemanan dalam dunia nyata kecuali dengan sesama penggemar *Korean Pop*, menggunakan atau mencampurkan bahasa Korea dalam percakapan sehari-hari, menjadi lebih boros dari sebelumnya, lebih sering lupa waktu dan menyia-nyiakan waktu, menjadi berhalusinasi tentang *Idol Korean Pop*, dan bahkan terkadang *Korean Pop* menjadi salah satu alasan santriwati beradu mulut dengan santriwati lainnya (Zahra, Putri, Syafril, & Octania, 2021).

Penelitian serupa juga dilakukan oleh Afaf Zakiyah Z, Naflah Rifqi, dan Rohmatul Azizah Zaituni (2022) dengan judul “Fenomena Pergeseran Nilai-Nilai Religius Mahasiswa PAI UIN Malang Akibat Korean Wave (K-Pop dan K-Drama)”. Penelitian tersebut memaparkan bahwa terjadinya pergeseran nilai-nilai religius yang dirasakan para responden seperti menunda kewajiban salat untuk menonton konser, menonton konten-konten di media sosial, dan mencari tahu tentang *idol* mereka. Selain itu, kebiasaan mengaji pun turut terpengaruh karena para responden lebih memilih menikmati konten-konten Korea dibandingkan dengan membaca Al-Quran atau mengkaji ilmu agama. Para responden pun mengakui bahwa mereka lebih mendalami sejarah idola atau kebudayaan Korea dibandingkan dengan mendalami ilmu Tarikh Islam, lebih menghafal lagu-lagu Korea dibandingkan lagu-lagu Islami, serta beberapa responden menyatakan bahwa mereka lebih tertarik untuk mempelajari bahasa Korea dibanding bahasa Arab (Z, Rifqi, & Zaituni, Fenomena Pergeseran Nilai-Nilai Religius Mahasiswa PAI UIN Malang Akibat Korean Wave (K-Pop dan K-Drama), 2022).

Kemudian menurut Lisa Anggraini Putri (2020) dalam penelitiannya yang berjudul “Dampak Korea *Wave* Terhadap Perilaku Remaja di Era Globalisasi”

memaparkan bahwa terdapat dampak positif dan negatif dari perkembangan *Korean Pop* di Indonesia. Dampak positif yang dirasakan di antaranya, *Korean Pop* menjadi inspirasi dunia *fashion*, mengetahui citra diri, dapat bersosialisasi serta mandiri, dapat memotivasi serta semangat, dan bermanfaat secara emosional yaitu dapat membuat senang serta menghilangkan stres bagi remaja yang lelah dari tugas sekolah. Sedangkan dampak negatif dari pengaruh *Korean Pop* di antaranya, sikap *fans* yang berlebihan, terjadi fanatisme terhadap remaja tersebut, timbulnya sikap peniruan terhadap citra diri yang berlebihan, konformitas, membuang waktu dan uang untuk hal yang sia-sia, kesehatan mata karena sering kali melihat gadget, insomnia karena terlalu sering begadang, dan meniru gaya berpakaian yang tidak sesuai dengan identitas diri terutama bagi seorang muslim (Putri, 2020).

Berdasarkan dampak positif dan negatif yang telah dipaparkan di atas, maka harus ada kontrol diri bagi setiap individu penggemar *Korean Pop* baik dari diri sendiri, orang tua, ketaatan beragama, dan lingkungan. Seperti sabda Rasulullah saw. mengenai bahayanya terlalu terlena dengan urusan dunia, “Barang siapa yang dunia menjadi tujuannya, Allah menjadikannya dalam keadaan kacau balau. Dia akan selalu kekurangan, dan dunia tidak akan pernah memuaskannya. Barang siapa yang akhirat menjadi tujuannya, Allah akan menjadikannya merasa cukup dan memberikan ketenangan dalam hati serta mencukupkan kebutuhannya.” (HR. Ibn Majah). Kemudian Rasulullah saw. juga menekankan pentingnya tidak berlebihan dalam memuji atau mengagungkan seseorang, “Janganlah kalian berlebihan dalam memuji aku seperti orang Nasrani memuji Isa bin Maryam. Aku hanyalah seorang hamba Allah dan rasul-Nya. Katakanlah: ‘Hamba Allah dan rasul-Nya.’” (HR. Bukhari dan Muslim). Dalam Al-Quran Surah Al-Isra ayat 36 juga ditegaskan mengenai hal tersebut yang artinya, “Dan janganlah kalian mengikutinya (Rasulullah) dalam hal-hal yang tidak kalian ketahui. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan, dan hati, semuanya itu akan diminta pertanggungjawabannya.” Pentingnya mengakui bahwa agama memainkan peranan penting dalam membentuk identitas dan nilai-nilai individu. Pemahaman dan kesadaran Religiositas tentu dapat memengaruhi tingkat fanatisme dan mengetahui batas kecintaan penggemar terhadap *Idol Korean Pop*.

Exsha Vividia Rachmawati Lestari dan Eni Nuraeni Nugrahawati (2022) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Religiositas terhadap *Celebrity Worship* pada Dewasa Awal Penggemar K-Pop *Fandom NCTzen*” menyatakan bahwa tingkat Religiositas memiliki pengaruh terhadap *celebrity worship* di usia dewasa awal penggemar *Korean Pop fandom NCTzen*. Hal tersebut didukung oleh hasil penelitian yang melibatkan 91,4% responden beragama Islam, mengenai tingkat Religiositas yang memaparkan bahwa, sebanyak 895 (96,4%) responden memiliki tingkat Religiositas tinggi dan 33 (3,6%) responden yang memiliki tingkat Religiositas yang rendah. Kemudian dalam hasil penelitian dimensi Religiositas, dapat diketahui bahwa dari kelima kategori yang paling tertinggi yaitu pada dimensi *religious believe* dengan jumlah responden sebanyak 911 (98,2%). Sehingga dapat dinyatakan bahwa mayoritas responden memiliki hasil yang tinggi pada setiap dimensi Religiositas. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa, individu yang bergabung dengan *fandom NCTzen* memiliki tingkat Religiositas yang tinggi. Individu-individu tersebut memang mengalami pergeseran kesadaran beribadah, namun tidak sampai mengubah keyakinan mereka terhadap NCT atau memuja NCT sebagai suatu keyakinan (Lestari & Nugrahawati, 2022).

Penelitian serupa dilakukan oleh Nadia Nur Afwana Yuyaina dan Ahmad Soleh Sakni (2022) dengan judul “Pandangan Islam mengenai Idola Kaum hawa di Zaman Modern”. Hasil dari penelitian tersebut peneliti menyimpulkan bahwa subjek penelitian yang rata-rata usia 20 tahun menganggap idola hanya sebatas *role model*, *support system*, *healing system*, motivasi untuk berpendidikan tinggi, dan menikmati karya idola mereka untuk kebahagiaan diri. Tidak semua penggemar memiliki sifat yang berlebihan atau fanatik hingga lupa segalanya. Para subjek penelitian memiliki kesadaran terhadap prioritas mereka yaitu untuk beribadah kepada Allah Swt.. Sehingga, dengan memiliki pemikiran dewasa dapat menentukan mana yang baik dan buruk (Yuyaina & Sakni, 2022).

Maka berdasarkan fakta di atas, dibutuhkan wadah yang mampu menampung aspirasi dan mampu membuat penggemar *Korean Pop* tetap memiliki tingkat Religiositas tinggi walau menyukai atau mengidolakan *idol Korean Pop*. Seiring pertumbuhan *Korean Pop* di Indonesia tentu secara sadar penggemar akan membentuk suatu kumpulan yang berisi individu dengan minat yang sama. Lalu,

kumpulan-kumpulan tersebut akan membentuk sebuah komunitas. Komunitas yang terbentuk berdasarkan daerah, *fandom Korean Pop*, atau berdasarkan latar belakang lainnya yang sama. Namun, komunitas yang terbentuk tentu memiliki kelebihan dan kekurangan. Tidak semua komunitas terbentuk ke arah positif dan juga sebaliknya.

Penelitian tentang komunitas *Korean Pop* ini telah dilakukan oleh Firly Hakiki Marbun dan Alia Azmi (2019) dengan judul penelitian “Perilaku Imitasi Komunitas Penggemar K-Pop di Kota Padang”. Dalam penelitian tersebut disampaikan bahwa ada dua faktor yang melatarbelakangi terbentuknya komunitas *Korean Pop* di Kota Padang. Pertama, faktor internal yaitu faktor yang muncul dari diri sendiri melalui ide dan kegemaran. Kedua, faktor eksternal yaitu adanya dorongan dari teman untuk bergabung dalam membangun komunitas penggemar *Korean Pop*. Sedangkan, perilaku imitasi yang dilakukan penggemar *Korean Pop* di Kota Padang yaitu gaya berpakaian khas *idol* Korea, *cover dance idol* Korea, mengoleksi barang yang serupa dengan idola mereka, dan menggunakan atau mengadopsi bahasa Korea dalam percakapan dengan anggota komunitas. Kegiatan yang dilakukan penggemar *Korean Pop* di Kota Padang ini di antaranya *gathering*, latihan, dan liburan sebagai kegiatan kumpul bersama. Dalam kegiatannya tentu tidak terlepas dari hal-hal yang berbau Korea. Selain itu, perkumpulan juga dilakukan untuk merayakan perayaan ulang tahun idola favoritnya (Marbun & Azmi, 2019).

Penelitian serupa dilakukan oleh Dewi Aisyah dengan judul “Komunitas K-Pop di Sidoarjo Tahun 2013-2018” (2021). Penelitian tersebut mengemukakan bahwa komunitas *Korean Pop* di Sidoarjo pada mulanya terbagi menjadi dua yaitu *fandom* dan *dance cover*. Pada umumnya, anggota *dance cover* bergabung juga dengan salah satu komunitas *fandom*. Namun anggota *fandom* belum tentu termasuk anggota *dance cover*, karena tidak semua memiliki minat terhadap tarian atau *dance Korean Pop*. Komunitas yang pertama berdiri yaitu *fandom* ELF pada tahun 2013. ELF merupakan nama dari komunitas penyuka salah satu *boygroup* Korea yaitu Super Junior. Seiring berjalannya waktu dan bertambahnya *boygroup* atau *girlgroup* yang melejit, komunitas *fandom* di Sidoarjo pun bertambah. Sedangkan, komunitas *dance cover* terbentuk pada tahun 2014. Awal mulanya terbentuk hanya terdiri dari

lima orang laki-laki. Mereka menggunakan pendopo alun-alun Sidoarjo untuk tempat latihan. Sehingga, banyak remaja yang tertarik hingga bergabung pada komunitas tersebut. Semakin bertambahnya peminat *dance cover*, muncullah berbagai komunitas lainnya. Hingga pada tahun 2018, komunitas *fandom* dan *dance cover* bergabung menjadi satu komunitas besar bernama Komunitas *Korean Pop* Sidoarjo. Penggemar *Korean Pop* tentu memiliki identitas sosial yang khas, di antaranya menggunakan atribut khas *Korean Pop*, berbicara menggunakan bahasa Korea dasar atau menggabungkannya dengan bahasa Indonesia, dan memiliki kegiatan khusus sesama penggemar (Aisyah, 2021).

Menurut Sufi Hindun Juwita (2018) dalam penelitiannya yang berjudul “Tingkat Fanatisme Penggemar K-Pop dan Kemampuan Mengelola Emosi pada Komunitas EXO-L di Kota Yogyakarta” menunjukkan hasil penelitian bahwa anggota komunitas EXO-L Yogyakarta memiliki tingkat fanatisme pada kategori sedang. Hal ini ditunjukkan dari hasil analisis bahwa anggota komunitas yang memiliki perilaku fanatisme pada kategori sedang terdapat 89%, kategori tinggi sebesar 9%, dan kategori rendah sebesar 2%. Sama halnya dengan hasil analisis dalam kemampuan mengelola emosi yang berada pada kategori sedang. Hasil analisis menunjukkan bahwa anggota komunitas yang memiliki kemampuan mengelola emosi pada kategori sedang berada pada angka 81%, kategori tinggi sebanyak 19%, dan kategori rendah sebanyak 0% (Juwita, 2018).

Ida Ri'aeni, Musiam Suci, Mega Pertiwi, dan Tias Sugiarti (2019) melakukan penelitian serupa dengan judul “Pengaruh Budaya Korea (K-Pop) terhadap Remaja di Kota Cirebon”. Dalam penelitian tersebut menyampaikan bahwa pengaruh budaya Korea (*Korean Pop*) bagi remaja Cirebon yaitu para remaja mengikuti berbagai komunitas atau grup *online* penggemar *Korean Pop*. Para remaja mengikuti berbagai aktivitas komunitas dan bertukar informasi melalui grup tersebut. Selain itu, para remaja pun mencoba berbagai hal yang berhubungan dengan Korea seperti makanan, *merchandise Korean Pop*, dan sebagainya. Namun, para remaja mengaku lebih menyukai budaya khas Indonesia dan masih mengenal budaya Cirebon. Terdapat dampak yang dirasakan remaja Cirebon ketika mengikuti Komunitas *Korean Pop* atau Grup *Online Korean Pop*. Dampak positif yang dirasakan yaitu memberi motivasi dan semangat, menambah relasi pertemanan,

menghasilkan keuntungan dari penjualan *online*, dan manfaat secara emosional. Sedangkan dampak negatif yang dirasakan yaitu kesehatan mata menurun, insomnia atau kesulitan tidur, dan lebih konsumtif (Ri'aeni, Suci, Pertiwi, & Sugiarti, 2019).

Namun, di tengah dinamika yang berkembang dalam komunitas pecinta *Korean Pop*, muncul pertanyaan tentang bagaimana aspek keagamaan diperlakukan dan diintegrasikan dalam kehidupan mereka. Dalam konteks ini, penting untuk mengeksplorasi bagaimana keagamaan dan praktik spiritual dipersepsikan, dipraktikkan, dan dikelola dalam komunitas pecinta *Korean Pop*.

Pembahasan mengenai pembinaan keagamaan pada komunitas pecinta *Korean Pop* menjadi semakin relevan mengingat adanya potensi untuk pertumbuhan dan pengembangan nilai-nilai spiritual di antara anggota komunitas. Namun, tantangan muncul ketika nilai-nilai keagamaan bertentangan dengan budaya dan norma-norma yang ada dalam lingkungan *Korean Pop*. Oleh karena itu, pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana keagamaan dapat dibina dan diintegrasikan dalam konteks komunitas ini menjadi penting.

Selain itu, melihat dari perspektif pembinaan keagamaan, terdapat peluang untuk meningkatkan pemahaman akan nilai-nilai moral dan etika dalam konteks yang lebih luas. Dengan memahami dan menghormati perbedaan serta membangun toleransi dan penghargaan terhadap kepercayaan spiritual yang beragam, komunitas pecinta *Korean Pop* dapat menjadi lingkungan yang inklusif dan memperkaya bagi semua anggotanya.

Hal tersebut sejalan dengan salah satu tujuan komunitas *Korean Pop* yang bernama Xtra-ordinary Korean Wavers (XKwavers). Komunitas ini aktif dalam dakwah secara luring maupun daring khususnya pada media sosial *Instagram*. XKwavers menyuguhkan dakwah yang interaktif dan menarik tanpa menghakimi salah satu pihak dan tetap menggunakan *Korean Pop* sebagai media dakwah. Komunitas tersebut memiliki berbagai program yang menarik untuk ditelaah lebih lanjut.

Romario (2022) dalam penelitiannya yang berjudul “K-Pop: Islamisasi Populer Anak Muda Muslim” mengkaji mengenai akun Instagram @Kpoper.hijrah dan @Xkwavers. Hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa penggemar Muslim

memanfaatkan *Korean Pop* sebagai sarana untuk melakukan strategi islamisasi populer, yaitu mengimplementasikan norma-norma agama secara kreatif. Bentuk-bentuk islamisme populer *Korean Pop* yang dilakukan berupa kritik terhadap fanatisme *Korean Pop*, menyusun teori konspirasi dari *Korean Pop*, serta memanfaatkan bahasa Korea sebagai sarana strategi dakwah. Kedua akun tersebut juga melihat bagaimana perjumpaan budaya *Korean Pop* dan Islam, serta berupaya mengajak penggemar lainnya untuk meninggalkan fanatisme terhadap *idol* mereka. Selain itu, mereka memanfaatkan media sosial sebagai pengikat antar mantan penggemar *Korean Pop* agar terus berdakwah dan mampu *istiqomah* untuk 'hijrah' (Romario, 2022).

Penelitian serupa dilakukan oleh Chamlatul Choeriyah (2023) dengan judul "Strategi Dakwah Komunitas XKwavers untuk Meningkatkan Pemahaman Keagamaan pada Anggotanya". Peneliti menyimpulkan bahwa XKwavers merupakan komunitas bagi penggemar *Korean Wave* untuk belajar agama Islam. Terdapat beberapa strategi dakwah yang dilakukan, di antaranya sentimental dengan mengedepankan aspek hati dan perasaan, rasional yang mengutamakan aspek akal, dan inderawi sebagai salah satu cara mengimplementasikan dari apa yang sudah dipelajari (Choeriyah, Strategi Dakwah Komunitas XK-Wavers untuk Meningkatkan Pemahaman Keagamaan pada Anggotanya, 2023).

Hilda Rafika Waty, Budi Hadrianto, dan Wido Supraha (2023) dalam penelitiannya yang berjudul "Program Dakwah Komunitas @XKwavers Terhadap Religiositas *Korean Wavers* Pelajar Muslim Tingkat SMA" melibatkan 48,1% *Korean Wavers* aktif dan 51,9% bukan *Korean Wavers* aktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 62% responden mengakui budaya *Korean Wave* memberikan dampak positif dan negatif secara seimbang. Sedangkan, 20,4% responden menyatakan bahwa lebih banyak dampak negatif dan sekitar 17,6% menyatakan memperoleh lebih banyak dampak positif. Kemudian, hasil penelitian mengenai Religiositas siswa SMA menggambarkan bahwa persentase ibadah terbaik responden di tunjukan pada ibadah salat wajib tepat waktu. Program dakwah yang dilakukan komunitas XKwavers bertujuan untuk mengajak para pecinta budaya Korea untuk belajar agama Islam lebih dalam. Hasil penelitian mengenai responden yang mengikuti program XKwavers menunjukkan bahwa responden mengalami

peningkatan Religiositas sebanyak 33,26% pada aspek kedekatan hubungan dengan Allah SWT. dan Rasulullah SAW., seperti dalam ibadah salat, mengaji, dan bersedekah (Waty, Handrianto, & Supraha, 2023).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam terkait pembinaan keagamaan yang dilakukan oleh salah satu komunitas pecinta *Korean Pop* yaitu XKwavers dengan mempertemukan budaya Korea (*Korean Pop*) dengan Islam. Novelty atau pembaruan dari penelitian ini terletak pada penjelasan mendalam tentang apa saja dan bagaimana program dari XKwavers mampu mengimplementasikan nilai-nilai agama Islam dalam bentuk pembinaan keagamaan. Kemudian, membahas strategi apa yang digunakan komunitas untuk menarik penggemar *Korean Pop* agar mengikuti program dan aktivitas komunitas secara sukarela serta akhirnya menjadi bagian dari komunitas XKwavers. Lalu, mengupas apa saja hasil atau *output* yang diharapkan komunitas dan partisipan dalam program yang dijalankan.

Penelitian ini dirasa sangat penting karena hal ini selaras dengan tujuan Pendidikan Agama Islam. Berdasarkan data yang sudah disampaikan di atas, penggemar *Korean Pop* di dominasi oleh usia sekolah. Maka, Pendidikan Agama Islam di sekolah memiliki peranan yang sangat penting untuk membantu menekan angka fanatisme penggemar *Korean Pop*. Sehingga, jika komunitas XKwavers mampu memiliki peran yang penting di luar sekolah, maka hal ini harus diiringi dengan pendidikan di sekolah melalui pembelajaran PAI ataupun melalui kegiatan-kegiatan dari hasil serapan nilai-nilai Pendidikan Agama Islam.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti mengidentifikasi tiga permasalahan dalam penelitian ini, yakni: (1) Terjadinya pergeseran kesadaran beribadah yang dialami oleh pecinta *Korean Pop*; (2) Tidak semua Komunitas yang telah ada menerapkan nilai keagamaan sebagai acuan; (3) Diperlukan upaya pembinaan keagamaan untuk mengurangi tingkat fanatisme pecinta *Korean Pop*; (4) Maraknya penggemar *Korean Pop* di kalangan remaja yang membutuhkan arahan agar tidak berdampak hal-hal negatif

Mengacu pada identifikasi masalah tersebut, rumusan masalah umum penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana program pembinaan keagamaan pada komunitas pecinta *Korean Pop* (XKwavers) bagi anggota atau partisipan Komunitas?
2. Bagaimana strategi dakwah komunitas pecinta *Korean Pop* (XKwavers) dalam menarik minat pecinta *Korean Pop*?
3. Bagaimana *output* yang dirasakan pecinta *Korean Pop* setelah mengikuti program dari komunitas XKwavers?
4. Bagaimana relevansi program pembinaan keagamaan pada komunitas pecinta *Korean Pop* (XKwavers) dengan pembelajaran PAI?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pembinaan keagamaan yang dilakukan oleh komunitas XKwavers. Adapun secara khusus, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis program pembinaan keagamaan pada komunitas pecinta *Korean Pop* (XKwavers).
2. Menganalisis strategi dakwah yang dilakukan komunitas pecinta *Korean Pop* (XKwavers).
3. Menguraikan *output* yang dirasakan pecinta *Korean Pop* setelah mengikuti program dari komunitas XKwavers.
4. Menganalisis relevansi program pembinaan keagamaan pada komunitas pecinta *Korean Pop* (XKwavers) dengan pembelajaran PAI.

1.4 Manfaat atau Kontribusi Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini mencakup aspek teoritis dan praktis. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi signifikan bagi pengembangan atau dalam merintis sebuah komunitas *Korean Pop* berbasis nilai-nilai Islam. Selain itu, diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian mendatang dalam segi literatur dan wawasan ilmiah mengenai pembinaan keagamaan dalam komunitas secara umum dan komunitas *Korean Pop* secara khusus.

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara langsung dan nyata bagi berbagai pihak. Hasil penelitian diharapkan menjadi sumber masukan yang dapat digunakan untuk komunitas *Korean Pop* lainnya agar mampu turut serta menyadarkan dan menurunkan tingkat fanatisme pecinta *Korean*

Pop di Indonesia khususnya yang beragama Islam. Implementasi hasil penelitian ini di komunitas *XKwavers* dapat menjadi referensi dalam memperkuat program yang sudah ada sebagai upaya meningkatkan tingkat Religiositas pecinta *Korean Pop*.

Selain itu, bagi pecinta *Korean Pop* secara umum hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan praktis dalam mengimplementasikan nilai-nilai Islam seiring dengan kecintaannya terhadap *Korean Pop*. Informasi yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman bagi komunitas-komunitas umum dalam menerapkan nilai-nilai keagamaan sehingga terhindar dari fanatisme dan dampak negatif lainnya. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kontribusi secara nyata serta berkelanjutan dalam konteks pembinaan keagamaan di komunitas secara umum dan komunitas *Korean Pop* secara khusus.

1.5 Struktur Organisasi

Untuk lebih jelas mengenai penulisan skripsi di bawah ini dicantumkan sistematika penulisan skripsi yang sesuai dengan peraturan Rektor Universitas Pendidikan Indonesia Nomor 7867/UN40/HK/2019 tentang Pedoman Penulisan Karya Ilmiah UPI Tahun 2019, sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan, berisi tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat/kontribusi penelitian, dan struktur organisasi skripsi.

BAB II: Kajian Pustaka, berisi tentang landasan teori dan penelitian terdahulu yang relevan.

BAB III: Metode Penelitian, berisi tentang desain penelitian, partisipan dan tempat penelitian, pengumpulan data, dan analisis data.

BAB IV: Temuan dan Pembahasan, membahas dua hal utama, yaitu (1) temuan penelitian berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data dengan berbagai kemungkinan yang ditulis secara sistematis sesuai dengan rumusan masalah, dan (2) pembahasan temuan penelitian untuk menjawab pertanyaan yang sudah dirumuskan.

BAB V: Simpulan dari hasil penelitian, implikasi dan rekomendasi.