

**ANALISIS GAYA HIDUP PENGEMAR KPOP
PADA MAHASISWA BIMBINGAN DAN KONSELING
(STUDI PADA FANDOM NCTZEN DI YOGYAKARTA)**

Dwi Susilo Ayuningtyas¹, Tarsini²

Email: dwi.5201211043@student.uty.ac.id¹, tarsini56@guru.sma.belajar.id²

Universitas Teknologi Yogyakarta¹, SMA Negeri 1 Sumpiuh²

Abstract: *This study aims to find out about the factors that cause changes in the lifestyle of Guidance and Counseling students after joining the NCTZen community in Yogyakarta. This research was conducted using qualitative case study research, which explores in more depth the problems associated with the lifestyle of Guidance and Counseling students after joining the NCTZen community in Yogyakarta. Researchers used observation, interview and documentation techniques on Counseling Guidance students who are members of the NCTZen community in Yogyakarta. Researchers obtained 4 women who were used as subjects in this study. The results of the research conducted show that the lifestyle of BK students who join the NCTZen Yogyakarta community has changed based on the 3 aspects studied, namely activities, interests, and opinions. The results of the study are useful in providing information for students who have higher desires than needs in order to better manage themselves.*

Keyword: *Guidance and Counseling students; Lifestyle; NCTZen community; Yogyakarta*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang faktor penyebab perubahan gaya hidup mahasiswa BK setelah bergabung dengan komunitas NCTZen di Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan penelitian kualitatif studi kasus, yang mengupas secara lebih mendalam tentang permasalahan yang terkait dengan gaya hidup mahasiswa BK setelah bergabung dengan komunitas NCTZen di Yogyakarta. Peneliti menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi pada mahasiswa BK yang tergabung dalam komunitas NCTZen di Yogyakarta. Peneliti mendapatkan 4 orang perempuan yang dijadikan subyek dalam penelitian ini. Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa gaya hidup mahasiswa BK yang bergabung dengan komunitas NCTZen Yogyakarta mengalami perubahan berdasarkan 3 aspek yang diteliti yaitu aktifitas, minat, dan opini. Hasil penelitian bermanfaat dalam memberikan informasi bagi mahasiswa yang memiliki keinginan lebih tinggi daripada kebutuhan agar lebih bisa manajemen diri.

Kata kunci: Mahasiswa Bimbingan dan Konseling; Gaya Hidup; Komunitas NCTZen; Yogyakarta

PENDAHULUAN

Saat ini teknologi semakin berkembang terutama di zaman globalisasi ini. Dalam era digital yang semakin maju, teknologi informasi telah mengubah cara kita berinteraksi, belajar, dan bekerja. Perkembangan ini diubah oleh media dan teknologi global, yang melintasi batas-batas yang berbeda dan dapat mengubah pandangan menjadi baru, termasuk pandangan budaya. Globalisasi memberikan peluang bagi budaya asing untuk datang dan berkembang di Indonesia. Kemudahan dalam memperoleh informasi dan berita ini mengakibatkan adanya pertukaran budaya antara satu wilayah dengan wilayah lainnya, baik budaya lokal yang keluar maupun budaya asing yang masuk ke suatu negara (Handayani, 2020).

Indonesia dikenal sebagai negara yang sangat toleran terhadap berbagai budaya asing, termasuk budaya Barat, Eropa, Jepang, dan Korea. Budaya Barat, yang sering

diasosiasikan dengan westernisasi, telah ada di Indonesia sejak lama dan telah menjadi dominan sebagai bagian dari budaya dunia selama beberapa waktu (Damayanti, 2022). Di sisi lain, budaya Korea adalah salah satu yang paling baru masuk ke Indonesia, namun telah diterima dengan baik oleh masyarakat Indonesia. Penerimaan yang baik terhadap budaya Korea di Indonesia karena budaya Korea dianggap lebih sesuai dengan nilai-nilai lokal (Ciptaningtyas & Prasetyo, 2022).

Budaya populer dapat dinikmati oleh semua orang tanpa memandang negara, ras, agama, atau perbedaan lainnya (Amalia, 2019). Korean Wave merupakan salah satu budaya populer yang sedang naik daun di kalangan masyarakat Indonesia (Anindita, 2022). Sejak awal tahun 2000-an, Korean wave mulai masuk ke Indonesia melalui penayangan drama-drama Korea di beberapa stasiun televisi swasta. Drama-drama fenomenal seperti *Endless Love*, *Full House*, dan *Boys Before Flowers* sering kali dianggap sebagai titik awal bagi seseorang untuk mengenal budaya Korea. Setelah itu, musik pop Korea juga mulai dikenal luas oleh masyarakat Indonesia. Selain menawarkan variasi dalam genre musik, anggota girlband dan boyband Korea juga dikenal karena penampilan visual mereka yang menawan, yang membuat mereka mudah menarik perhatian masyarakat Indonesia. Dengan demikian, budaya Korea telah menjadi populer di kalangan masyarakat dari berbagai rentang usia (Syamsuddin & Akuba, 2022)

Menurut data yang dipublikasikan oleh *The Korea Times*, jumlah penggemar kebudayaan Korea di seluruh dunia meningkat sebanyak 22%, mencapai angka 89,19 juta dari sebelumnya 73,12 juta pada tahun 2019. Indonesia tentu tidak terlewatkan dari fenomena Korean wave ini. Indonesia tentu saja tak luput dari 'infeksi' pesona Korean wave. Dilaporkan oleh *Good Stats* (2022) "Indonesia menempati peringkat pertama sebagai negara dengan jumlah penggemar K-Pop terbanyak di dunia". Konsistensi Indonesia sebagai negara dengan jumlah penggemar K-Pop terbanyak di dunia terlihat bertahan dari tahun sebelumnya, seperti yang terlihat dalam kategori peringkat negara dengan jumlah Tweet tentang K-Pop paling banyak di dunia. Korea Selatan itu sendiri banyak diminati oleh masyarakat dari berbagai rentang usia. Menurut hasil survey *IDN Times* (2019) sebanyak 40,7% penggemar K-Pop di Indonesia berusia antara 20-25 tahun, sementara 38,1% berusia antara 15-20 tahun. Penggemar K-Pop yang berusia lebih dari 25 tahun menyumbang sekitar 11,9%, sementara yang paling sedikit berasal dari kelompok usia 10-15 tahun, yaitu sekitar 9,3%. Selain itu, survei ini juga menunjukkan bahwa demografi penggemar K-Pop di Indonesia didominasi oleh perempuan, yang mencapai 92,1% dari total responden. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar penggemar K-Pop berada pada rentang usia dewasa awal.

Mahasiswa termasuk dalam rentang usia dewasa awal karena pada umumnya berkisar antara 18 – 25 tahun dan tengah menjalani pendidikan pada perguruan tinggi untuk mempersiapkan dirinya bagi suatu keahlian tingkat sarjana, melihat hal tersebut budaya K-pop telah menjalar juga di kalangan mahasiswa BK di Yogyakarta biasanya berupa mengidolakan idol k-pop secara berlebihan, selalu menonton kegiatan idol K-pop, selalu mencari informasi seputar K-pop, implusif buying, menjual barang-barang, bahkan uang saku yang diberikan orangtua untuk makan dan kepentingan lainnya untuk membeli aksesoris idol favoritnya. Dengan begitu akan semakin mudah masuknya Korean Wave seperti budaya K-Pop (Korean Pop), mendapatkan kesuksesan serta perhatian yang besar dari masyarakat terlebih dimasa sekarang, dimana informasi lebih cepat untuk di dapatkan dan bersebarluaskan

kepada khalayak umum. Keberadaan musik K-Pop sebagai produk budaya dikonsumsi dan dinikmati oleh masyarakat luas, dalam perkembangannya akan menghasilkan sekumpulan penggemar. Setiap idol group memiliki komunitas fansnya yang biasa disebut fandom (Zahra, 2019). Fandom adalah singkatan dari fans kingdom (kerajaan fans). Fandom sering diartikan sebagai tempat berbagi, berkumpul dalam melakukan kegiatan sebagai penggemar dan melakukan hal yang baru, terkadang juga diartikan sebagai tingkah laku seseorang dalam menjadi seorang fans. Fandom atau penggemar dari setiap grup K-Pop mempunyai identitas sendiri yang membedakannya dengan penggemar dari grup K-Pop lain (Rahmah, 2022).

Beberapa komunitas penggemar K-Pop yang terkenal termasuk EXO-L, yang mendukung grup EXO, ARMY yang merupakan penggemar setia grup BTS, ELF yang merupakan komunitas penggemar Super Junior, Stay yang mendukung Stray Kids, dan NCTzen yang menggemari NCT. Selain komunitas tersebut masih ada banyak lagi komunitas penggemar grup K-Pop lainnya. NCT adalah salah satu contoh grup K-Pop yang memiliki basis penggemar yang besar, baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Indonesia dianggap sebagai salah satu negara dengan jumlah penggemar K-Pop yang signifikan. Sebagian besar penggemar K-Pop telah mulai mencintai musik ini sejak masa remaja, saat mereka penuh rasa ingin tahu dan terbuka untuk mencoba hal-hal baru. Di Indonesia khususnya di Kota Yogyakarta, terdapat banyak komunitas penggemar K-Pop, salah satunya adalah komunitas NCTzen Yogyakarta, yang merupakan tempat berkumpul bagi penggemar boygroup NCT di Yogyakarta. NCT adalah singkatan dari Neo Culture Technology dan pertama kali dibentuk oleh SM Entertainment pada tahun 2016. Grup NCT terbagi menjadi beberapa subunit, termasuk NCT U, NCT 127, NCT DREAM, WAY V, dan subunit NCT lain yang akan datang. NCT memiliki keunikan dan keuntungan karena memiliki 26 anggota, sedangkan pada umumnya idol grup K-Pop hanya memiliki 4-7 anggota (Ayu, 2022). Penggemar grup NCT diberi nama NCTzen, mayoritas NCTzen adalah perempuan tetapi ada juga beberapa NCTzen yang laki-laki. NCTzen ini dibentuk karena memiliki satu hobi dan minat yang sama terhadap musik K-Pop dan grup NCT. Salah satu fandom NCTzen di Indonesia yang aktif adalah NCTzen Kota Yogyakarta. NCTzen Yogyakarta yang tergabung dalam komunitas ini berdomisili di wilayah Kota Yogyakarta dan sekitarnya. Kegiatan yang dilakukan oleh NCTzen Yogyakarta biasanya berkaitan dengan grup NCT atau personel dari grup NCT seperti event birthday member, nonton bareng konser, pembelian merchandise dan kegiatan lainnya. Sebagian besar aktivitas yang dilakukan anggota komunitas adalah berupa konsumsi yang mengeluarkan biaya disetiap kegiatannya.

Permasalahan menarik yang peneliti temukan adalah bagaimana keadaan mahasiswa BK yang tergabung dalam komunitas NCTzen Yogyakarta dan bagaimana gaya hidup mahasiswa BK komunitas NCTzen dalam memaknai budaya K-Pop bagi anggotanya, oleh karena itu penulis melakukan penelitian yang berjudul "Analisis Gaya Hidup Penggemar Kpop Pada Mahasiswa Bimbingan dan Konseling (Studi pada Fandom NCTZen di Yogyakarta)"

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana gaya hidup mahasiswa BK komunitas NCTzen dalam memaknai budaya K-Pop bagi anggotanya? Apa faktor yang menyebabkan perubahan gaya hidup mahasiswa BK Yogyakarta?

Tujuan penelitian adalah Mengetahui gaya hidup mahasiswa BK Yogyakarta komunitas NCTzen dalam memaknai budaya K-Pop bagi anggotanya dan mengetahui faktor penyebab perubahan gaya hidup mahasiswa BK Yogyakarta.

METODE

Pendekatan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan jenis studi kasus. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pedoman wawancara dan pedoman observasi, dengan mempertimbangkan aspek-aspek yang sudah ditentukan. Aspek-aspek yang diteliti merupakan faktor-faktor yang dapat menimbulkan perubahan perilaku gaya hidup mahasiswa bimbingan dan konseling setelah bergabung dalam komunitas NCTZen di Yogyakarta, seperti: (1) aktifitas, (2) minat dan (3) opini. Dalam penelitian ini, pemilihan informan dilakukan berdasarkan karakteristik atau kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya. Penentuan informan penelitian didasarkan pada kriteria sebagai berikut:

1. Informan berusia 18 tahun sampai 25 tahun.
2. Informan merupakan mahasiswa Bimbingan dan Konseling yang menjadi seorang Nctzen di Yogyakarta.
3. Informan telah menjadi penggemar K-Pop sekitar satu tahun.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini meliputi tiga hal pokok, yaitu sebagai berikut. (1) Gambaran umum tempat penelitian. (2) Gambaran umum penggemar K-pop di Yogyakarta. (3) Temuan penelitian yang meliputi 3 aspek gaya hidup: Aktivitas, Minat, dan Opini. Dalam aspek aktivitas terdapat 3 indikator yaitu pengenalan diri dan koneksi dengan Kpop, perilaku sehari-hari, dan penggunaan media sosial. Selanjutnya aspek minat terdapat 2 indikator, diantaranya adalah perubahan gaya hidup, digital dan teknologi. Aspek terakhir adalah opini dan terdapat 2 indikator yaitu keterlibatan dalam Event atau konser Kpop dan pengaruh jangka panjang.

Gambaran Umum Tempat Penelitian

Nama resmi: Kota Yogyakarta

Julukan: Kota Pelajar, Kota Gudeg, Kota Budaya

Hari jadi: 7 Oktober 1756

Walikota pertama: M. Enoch Walikota saat ini: Haryadi Suyuti

Semboyan: "Mangayu Hayuning Bawono"

Plat nomor: AB

Landmark: Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat, Jalan Malioboro, dan Tugu Jogja.

Aspek geografi Kota Yogyakarta meliputi kondisi wilayah termasuk luas, letak, batas geografis, serta pembagian wilayah.

Luas wilayah: 32.50 kilometer persegi Letak geografis: 110°24'19" - 110°28'53" Bujur Timur dan 07°15'24" - 07°49'26" Lintang Selatan

Batas wilayah: sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Sleman, sebelah Timur dan Barat berbatasan dengan Kabupaten Bantul dan Sleman, sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Bantul.

Kecamatan: Mantrijeron, Kraton, Mergangsan, Umbulharjo, Kotagede, Gondokusuman, Danurejan, Pakualaman, Gondomanan, Ngampilan, Wirobrajan, Gedongtengen, Jetis, Tegalrejo

Infrastruktur penting: Stasiun Tugu, Stasiun Lempuyangan (Setyaningrum, 2022)

Observasi awal yang dilakukan peneliti adalah menemukan komunitas NCTZen di Yogyakarta melalui platform Instagram yang mempunyai 3.852 pengikut, 529 postingan dan 140 mengikuti. Dalam postingan @nctzenjogja terdapat banyak pengumuman tentang event seperti noraebang, random play dance & kpop dance

performance. Selain akun @nctzenjogja, ada akun @zytto.creative juga yang sering membagikan informasi mengenai kegiatan yang berhubungan dengan NCT. Misalnya nonton bareng, karaoke bersama dan ada grup WhatsApp seperti yang tertera dalam bio Instagramnya. Penyelenggara komunitas ini mempunyai 3 admin yang mengurus segala kebutuhan event dan ada 1 fotografer

Gambaran Umum Penggemar Kpop di Yogyakarta

Di Indonesia, terutama di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), tren K-Pop telah merajalela di kalangan anak muda, termasuk baik pria maupun wanita. Sebagai contoh, dalam beberapa tahun terakhir, muncul sejumlah komunitas penggemar K-Pop, terutama yang fokus pada grup NCT, seperti NCTZen Yogyakarta, Zytto Creative, NCTZen Arena, dan komunitas lainnya yang semakin berkembang. Meskipun mayoritas penggemar K-Pop adalah wanita, tidak sedikit juga pria yang turut menunjukkan ketertarikan.

Pecinta K-Pop di Yogyakarta menunjukkan antusiasme tinggi terhadap segala hal yang berkaitan dengan idola K-Pop mereka. Mereka aktif mengikuti berita terkini, mengumpulkan album, menghadiri konser, dan mengikuti dengan antusias acara televisi Korea yang menampilkan grup idola Korea. Trend ini mencerminkan daya tarik yang kuat dari fenomena K-Pop di kalangan masyarakat DIY, menciptakan komunitas yang semakin solid di sekitar budaya hiburan Korea ini (Irmanto & Tjiptono, 2013).

Mengenai hal tersebut, eksplorasi tentang perubahan gaya hidup dan perilaku penggemar K-Pop di Indonesia secara umum, khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), menjadi suatu aspek yang menarik untuk diteliti. Penggemar K-Pop menjadi target pasar bagi berbagai produk seperti tabloid, majalah, tayangan infotainment, CD musik, DVD film, pakaian, aksesoris, dan produk lainnya. Selain itu, pemahaman tentang perubahan gaya hidup dan perilaku penggemar K-Pop juga dapat memberikan manfaat bagi pihak terkait lainnya, seperti mahasiswa, untuk mendapatkan pelajaran mengenai gaya hidup yang dapat membawa kesuksesan seperti yang terlihat pada artis-artis Korea Selatan.

Temuan Penelitian

Bagian ini mengungkapkan hasil temuan yang diperoleh selama penelitian, yang merupakan tanggapan terhadap pertanyaan-pertanyaan penelitian yang diajukan pada bab satu. Temuan-temuan penelitian ini memberikan gambaran rinci tentang berbagai aspek yang telah diselidiki meliputi Aktivitas, Minat, dan Opini. Dalam aspek aktivitas terdapat 3 indikator yaitu pengenalan diri dan koneksi dengan Kpop, perilaku sehari-hari, dan penggunaan media social. Selanjutnya aspek minat terdapat 2 indikator, diantaranya adalah perubahan gaya hidup, digital dan teknologi. Aspek terakhir adalah opini dan terdapat 2 indikator yaitu keterlibatan dalam Event atau konser Kpop dan pengaruh jangka panjang. Data yang dipaparkan merupakan deskripsi riil yang temuan peneliti terhadap penggemar Kpop yang tergabung dalam komunitas NCTZen Yogyakarta. Informan yang diteliti berjumlah 4 orang. Data diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang terkait dengan focus penelitian. Adapun profil objek penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

No	Inisial	Umur	Instansi	Seorang Kpopers sejak	Jurusan
1	DSP	21	UTY	3	BK
2	LL	23	U'AY	11	BK

No	Inisial	Umur	Instansi	Seorang Kpopers sejak	Jurusan
3	VY	20	UMY	3	BK
4	NS	25	UGM	10	BK

DSP merupakan penggemar Kpop khususnya NCT sejak 3 tahun yang lalu dan masih berlanjut sampai sekarang. Melalui wawancara yang peneliti lakukan, pada aspek pertama yaitu aktivitas dan indikatornya pengenalan diri dan koneksi dengan Kpop DSP mengungkapkan pertama kali terlibat dalam budaya Kpop yaitu *"Saat pandemi melanda Indonesia dan seluruh kegiatan diliburkan termasuk sekolah sehingga saya kebingungan untuk melakukan aktivitas sehari-hari di luar rumah. Pertama tama saya menonton drama korea genre romance comedy dan kemudian tertarik dengan pemain utamanya, setelah saya searching ternyata beliau adalah seorang member idol grup EXO. Nah kemudian muncul konten EXO dan NCT, saya jadi penasaran dengan NCT karena tingkahnya yg kocak dan mempunyai member banyak membuat saya tertantang untuk menghapuskan seluruh member NCT. Dari situlah saya menjadi seorang NCTZen dan EXOL"*. Selanjutnya hal yang membuat DSP tertarik dan tetap setia menjadi seorang Kpopers yaitu *"Tingkahnya yg menghibur dan banyak sekali memberi afirmasi positif kepada saya"*. Dalam indikator kedua dalam aspek aktivitas adalah perilaku sehari hari, DSP mengungkapkan waktu yang dihabiskan untuk menonton atau mendengarkan musik K-Pop dalam sehari ada sekitar 3 jam. DSP juga jarang memasak makanan korea setidaknya 1 kali dalam sehari, DSP mengakses konten kpop melalui platform online scroll melalui TikTok, Twitter, atau Instagram. Dan indikator yang terakhir yaitu penggunaan media social yang digunakan DSP untuk terhubung dengan komunitas kpop adalah mencari tau di Instagram dengan mengetikkan nama fandom (NCTZEN) dan lokasi saat ini (Yogyakarta), dan DSP tidak pernah mengikuti tantangan atau tren tertentu yang beredar di media social.

Pada aspek kedua adalah Minat dengan indikator yang pertama perubahan gaya hidup, DSP sering tertarik untuk mengikuti tren fashion yang dikenakan oleh biasanya (idol favoritnya). DSP tidak mengadopsi gaya hidup sehat atau kebiasaan sehari hari yang diperlihatkan oleh idol karena *"gaya hidup sehat seorang idol itu sangat berat dan berbeda dengan kebiasaan yg saya lakukan"* ucap DSP. Selain kpop, budaya korea yang mempengaruhi DSP adalah fashion yang viral misalnya korean dress, korean blouse, korean style. Indikator yang terakhir dari aspek minat adalah digital dan teknologi seperti pengaruh media social terhadap pola tidur atau kebiasaan harian DSP tidak terlalu jauh, karena masih bisa mengontrol pola tidur dan kebiasaan sehari hari. Selanjutnya cara DSP memanfaatkan teknologi agar tetap terhubung dengan dunia Kpop yaitu tetap streaming di YouTube, dan mengikuti semua platform NCT agar mendapat notifikasi tentang idol.

Aspek terakhir adalah Opini dan indikator yang pertama ada keterlibatan dalam Event atau konser Kpop DSP mengungkapkan kalau *"pernah satu kali mengikuti konser, sangat memuaskan karena bisa melihat idol secara langsung dan ternyata memang setampan itu"*. Selanjutnya DSP berinteraksi dengan penggemar Kpop lainnya, baik secara online maupun offline dengan cara *"melihat printilan apa yang dibawa, seperti gantungan kunci atau card holder setelah mengetahui siapa idolnya baru deh bahas apa kegiatan terbaru yang dilakukan oleh member tersebut"* ucap DSP. DSP akan menabung apabila ingin mengikuti konser atau event Kpop. Indikator terakhir dari aspek opini yaitu pengaruh jangka panjang misalnya konser NCT memicu

perubahan dalam perspektif atau perasaan informan terhadap K-Pop secara keseluruhan, menurut DSP tidak sepenuhnya, kemudian DSP juga berharap bisa menghadiri lebih banyak konser Kpop kemudian hari.

Informan kedua yaitu LL yang sudah menjadi Kpopers sejak 2012, awal mula terlibat dalam budaya Kpop karena tetangga sering mendengarkan music kpop kemudian menjadi suka dan tertarik kebetulan *“genrenya sesuai dengan saya, senang melihat dancenya. Dan yg membuat saya bertahan mjd kpopers karena mereka menjadi salah satu alasan saya bertahan, obat dan rumah bagi saya”* ucap LL. Ketika sudah tertarik dan merasa nyaman dengan genre yang sesuai maka LL dapat menghabiskan waktu kurang lebih 5-6 jam untuk menonton atau mendengarkan music Kpop dalam sehari dengan mengakses platform online, namun jarang untuk mencoba memasak makanan korea setidaknya 1 kali dalam sehari. Kemudian cara LL menggunakan media social untuk terhubung dengan komunitas Kpop adalah melalui grup yang berisi fandom untuk berbagi informasi mengenai update kpop. Mengikuti medsos yang berisikan tentang kpop, terkadang LL juga mengikuti *challenge* yang berkaitan dengan NCT.

Dalam aspek kedua yaitu tentang minat, LL tertarik untuk mengikuti tren fashion yang idolnya kenakan. Terkadang juga mengadopsi gaya hidup sehat atau kebiasaan sehari-hari yang sering diperlihatkan oleh idola Kpop. Budaya korea selain Kpop juga lumayan berpengaruh seperti drama korea, suka mencoba makanan khas korea, dan kadang kadang mengikuti tren fashion korea. LL mengatakan jika *“untuk pola tidur dan kebiasaan sehari-hari tetap saya kontrol dengan baik. Meskipun sering menggunakan teknologi dan medsos tetapi tidak mengganggu pola tidur dan kebiasaan saya”*. Kemudian cara LL memanfaatkan teknologi untuk tetap terhubung dengan dunia Kpop dengan mengikuti update tentang Idol favoritnya.

Dan aspek yang terakhir ada opini mengenai pengalaman mengikuti konser atau event Kpop menurut LL yaitu *“event kpop pernah. Sangat menyenangkan, dan membuat saya ingin melihat konser langsung walaupun selama ini belum pernah dapet tiket kalah war”*. Selanjutnya cara LL berinteraksi dengan penggemar Kpop lainnya, baik secara online maupun offline yaitu *“untuk online saya jarang/ hampir tidak pernah berinteraksi kecuali memang sudah kenal di dunia nyata saya sering berbagi informasi tentang kpop. Jika offline saya sering membicarakan tentang update terbaru kpop”*. Yang bisa LL upayakan untuk mengikuti event atau konser Kpop adalah menabung, mencari informasi, mempersiapkan dengan baik untuk mendapatkan tiket. LL setuju bahwa konser memicu terjadinya perubahan dalam perspektif atau perasaan terhadap Kpop secara keseluruhan karena melihat mereka secara langsung bisa membuat LL menjadi lebih tertarik dengan NCT dan berharap bisa menghadiri lebih banyak konser Kpop di masa depan.

Selanjutnya informan yang berinisial VY mengatakan bahwa *“Pertama kali saya terlibat dalam budaya kpop itu saat pandemi, saat itu saya yang merasa butuh hiburan mulai melirik kpop seperti menonton konten konten mereka diyoutube yang akhirnya membuat saya tertarik dan menjadi kpopers”* itulah awal mula VY masuk dalam dunia Kpop dan alasan yang membuat tertarik dan tetap setia menjadi Kpopers *“Itu bisa dibilang karena idol saya sendiri. Saya merasa begitu senang dan terhibur setiap kali melihat dia dalam konten konten kpop yang akhirnya membuat saya berat sekali apabila harus meninggalkan dunia kpop dan memilih untuk terus mendukungnya”* ucap VY. Waktu yang dihabiskan untuk menonton atau mendengarkan music Kpop sekitar 4/5 jam melalui platform online seperti youtube, VY juga jarang mencoba memasak

makanan korea setidaknya 1 kali dalam sehari. VY menggunakan media social untuk terhubung dengan komunitas Kpop dan mengatakan *"Saya menggunakan sosial media saya untuk mencari tahu tentang kpop dan juga mencari teman seperti di twitter dan juga instagram kita membuat komunitas atau grup chat agar tetap bisa saling terhubung dan mendapatkan informasi terbaru seputar idol kita"*. Terkadang VY juga berpartisipasi dalam *challenge* atau tren tertentu yang beredar di media social.

Aspek selanjutnya tentang minat mengikuti tren fashion idol seperti baju maupun aksesoris seperti kacamata, dan VY mencoba mengadaptasi gaya hidup sehat seperti yang dikatakan *"Iya, kebiasaan atau gaya hidup sehat yang biasa saya coba itu seperti bagaimana menjaga badan agar tetap ideal mulai dari makanan apa yang biasa idol kita makan dan juga olahraga apa yang dilakukan mereka agar dapat menjaga tubuh tetap sehat dan ideal"*. Selanjutnya budaya korea selain Kpop mempengaruhi gaya hidup VY *"Budaya korea selain dunia kpop yang juga mempengaruhi gaya hidup saya itu makanannya dan juga gaya hidup mereka Karena makanan mereka cenderung sehat dan juga terlihat enak seperti yang ada pada video mukbang diyoutube"* ucap VY. Kemudian pengaruh teknologi dan media social terhadap pola tidur atau kebiasaan harian yang dirasakan VY yaitu *"terkadang media sosial membuat pola tidur saya tidak begitu baik dikarenakan saya yang terus menerus larut dalam sosial media sehingga lupa waktu dan juga sering membuat saya tidur begitu larut malam"* selain itu, teknologi juga sangat membantu VY agar bisa selalu update berita terbaru tentang K-Pop, mengikuti sosial media resmi para artis, menonton konten di platform streaming, dan terus memperbarui informasi seputar konser, perilisan lagu, atau acara-acara yang terkait dengan dunia K-Pop.

Dan aspek yang terakhir mengenai opini, pengalaman ketika menghadiri konser atau event Kpop yang dirasakan VY *"Saya pernah menghadiri event kpop dan menurut saya event tersebut benar benar menyenangkan, karena kita menyukai hal yang sama membuat kita mudah akrab satu sama lain, hal itu juga membuat kita mempunyai banyak relasi yang kan sangat membantu kedepannya"*. Kemudian cara VY berinteraksi dengan penggemar Kpop lainnya baik secara online maupun offline *"Aku berinteraksi dengan penggemar K-Pop lainnya secara online melalui forum, grup media sosial, dan platform komunitas yang mengulas berita, musik, atau aktivitas terbaru dari para idol. Sementara untuk interaksi offline, Aku berinteraksi melalui event event kpop"* dan VY juga mengupayakan untuk menabung agar bisa mengikuti event atau konser Kpop yang menjadikan motivasinya untuk menabung. Menurut VY pengalaman menyaksikan konser K-Pop secara langsung bisa mengubah perspektif mereka terhadap industri ini. Atmosfer yang energik, keterlibatan langsung dengan artis, dan kekuatan musik secara langsung bisa meningkatkan rasa keterikatan dengan K-Pop. Hal ini seringkali membuat seseorang semakin terinspirasi oleh dedikasi dan keterampilan para idol, membuatnya lebih menghargai kerja keras di balik penampilan panggung yang spektakuler dan semakin memicu keinginan untuk menghadiri lebih banyak konser Kpop di masa mendatang.

Informan terakhir berinisial NS berusia 25 tahun sudah menjadi seorang Kpopers selama 10 tahun berawal dari teman SMP yang menyukai Kpop kemudian NS merasa tertarik dan akhirnya bergabung menjadi seorang Kpopers. Menurut NS Kpop tidak membosankan, selalu ada grup baru yang debut setiap tahun, lagu nya asik dan *easy listening*, banyak *variety show*, dan membernya seru dan tampil totalitas ketika mode idol. NS mendengarkan music Kpop secara online selama 3-4 jam sembari bekerja, namun sangat jarang untuk mencoba memasak makanan Korea setidaknya 1

kali dalam sehari. NS menggunakan Twitter/X untuk terhubung dengan komunitas Kpop dan jarang mengikuti *challenge* yang ramai di media social lebih ke *casual fan* saja.

Aspek yang kedua yaitu minat, dalam hal mengikuti tren fashion yang dikenakan oleh biasanya NS tidak tertarik pada hal tersebut karena terkadang terlihat tidak nyaman untuk NS pakai. Selanjutnya, NS mencoba mengadaptasi kebiasaan baik seperti olahraga, suka belajar untuk mengasah skill, dan pola makan yang sehat. Selain Kpop, budaya yang mempengaruhi gaya hidup NS yaitu suka berbicara menggunakan Bahasa Korea walaupun dasarnya saja, kalau dalam makanan atau fashion tidak terlalu berpengaruh. NS menggunakan teknologi dan media sosial saat malam hari menyebabkan tidur terlalu larut karena melihat *update*-an idolnya melalui twitter/X, Instagram, tiktok dan youtube.

Aspek yang terakhir adalah opini, ketika menghadiri konser atau event Kpop akan menambah pengalaman yang sangat menyenangkan. NS pernah mengikuti konser TDS 2 dan kalau di beri tawaran untuk mengikuti konser pasti tidak menolak. Cara NS berinteraksi dengan penggemar Kpop lainnya baik secara online maupun offline yaitu melalui twitter/X dan NS jarang mengikuti event yang diselenggarakan oleh komunitas. Menurut NS konser dapat menjadi pemicu perubahan dalam perspektif atau perasaan terhadap Kpop secara keseluruhan, dengan hadirnya fans ke konser jadi lebih menghargai kerja idol dan lebih mengerti ternyata menjadi idol tidak mudah tapi selalu mengusahakan yang terbaik untuk fans nya dan setelah menonton konser ada perasaan ingin menghadiri lebih banyak konser Kpop dimasa depan.

Berdasarkan hasil yang telah dipaparkan, budaya konsumsi K-pop dapat mendorong perilaku konsumtif, seperti mengikuti tren mode, membeli merchandise, atau menghabiskan waktu dan uang untuk konser dan acara terkait. Dalam hal ini, konselor dapat membantu individu untuk mengelola keuangan mereka dengan bijaksana dan mengidentifikasi sumber kebahagiaan yang sehat.

Saran yang dapat diberikan oleh peneliti kepada peneliti selanjutnya adalah lebih memperhatikan lagi relevansi pedoman wawancara dengan rumusan masalah yang dibahas.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis penelitian dapat disimpulkan bahwa setiap mahasiswa berpotensi untuk merubah gaya hidupnya selama tidak merugikan siapapun dan mampu menabung untuk memenuhi keinginannya seperti menonton lebih banyak konser di masa depan. Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa gaya hidup mahasiswa BK yang bergabung dengan komunitas NCTZen Yogyakarta mengalami perubahan berdasarkan 3 aspek yang diteliti yaitu aktifitas, minat, dan opini. Hasil penelitian bermanfaat dalam memberikan informasi bagi mahasiswa yang memiliki keinginan lebih tinggi daripada kebutuhan agar lebih bisa manajemen diri.

DAFTAR PUSTAKA

- Alifa, N. N. (2022). Indonesia Jadi Negara dengan Fans K-Pop Terbanyak di Dunia. Good Stats. <https://goodstats.id/article/indonesia-masuk-peringkat-pertama-dengan-fans-k-pop-terbanyak-di-dunia-6w71d>
- Anindita, F. (2022). Hubungan Celebrity Worship Dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Penggemar K-POP [Universitas Muhammadiyah Surakarta]. <https://eprints.ums.ac.id/106042/>

- Aulia, H. (2017). Perilaku Sosial dan Gaya Hidup Remaja. Skripsi, 4.
- Ayu, A. (2022). Profil & Biodata NCT. Kepo Gaul. <https://www.kepogaul.com/seleb/biodata-nct/>
- Cesara, C. M., & Putri, Y. R. (2021). Analisis Gaya Hidup Penggemar Pada Fandom Kpop (Studi Pada Penggemar Wanna One Dalam Fandom Wannable Indonesia) Analysis of Fans' Lifestyle in a Kpop Fandom (Study on Wanna One Fans in Wannable Indonesia Fandom). *EProceedings of Management*, 7(3), 6984–6992. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/viewFile/13732/13474>
- Ciptaningtyas, P., & Prasetyo, A. R. (2022). Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Merchandise Pada Remaja Penggemar Grup K-Pop Nct (Neo Culture Technology) Di Indonesia. *Jurnal EMPATI*, 11(6), 381–385. <https://doi.org/10.14710/empati.0.36826>
- Damayanti. (2022). Pengembangan Panduan Model Teknik Self Control Untuk Mengurangi Perilaku Konsumtif Remaja Penggemar K-Pop. *Repository Unugiri*, 4. [https://repository.unugiri.ac.id/id/eprint/2079/3/BAB I.pdf](https://repository.unugiri.ac.id/id/eprint/2079/3/BAB%20I.pdf)
- Handayani, T. K. (2020). HUBUNGAN GAYA HIDUP HEDONIS DAN KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF TERHADAP K-pop PADA MAHASISWA UIN SUSKA RIAU [UIN Riau]. <https://core.ac.uk/download/pdf/326815898.pdf>
- Irmanto, V. R., & Tjiptono, F. (2013). Motivasi Dan Perilaku Penggemar K-Pop. *Modus*, 25(1), 1–25. <https://ojs.uajy.ac.id/index.php/modus/article/viewFile/544/570>
- Kotler Philip, K. L. K. (2016). *Marketing Managemen*. Pearson Education, Inc, 15th editi.
- Mahmudah, I. (2015). Dampak Budaya Korean Pop Terhadap Penggemar dalam Perspektif Keberfungsian Sosial. *Digitalibrary, Kesejahteraan Sosial*, 1–89. <http://digilib.uin-suka.ac.id/18563/>
- Ni Made Febriana Sara Dwiyantri, Ida Bagus Gde Pujaastawa, & Ida Ayu Alit Laksmiwati. (2023). Pengaruh Budaya Pop Korea terhadap Gaya Hidup Remaja di Kota Denpasar, Bali. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 2(2), 162–170. <https://doi.org/10.56799/jceki.v2i2.1357>
- Nopiyanti. (2012). Bens Leo: K-pop Penyelamat Musik Indonesia! Bens Leo. <http://www.tnol.co.id/film-musik/12710-bens-leo-k-pop-penyelamatmusik-indonesia.html>
- Rahmah, A. (2022). GAYA HIDUP KOMUNITAS K-POP (Studi Kasus : Komunitas Korean Pop (K-Pop) NCTZEN di Kota Padang) GAYA HIDUP KOMUNITAS K-POP (Studi Kasus : Komunitas Korean Pop (K-Pop) NCTZEN di Kota Padang).
- Setyaningrum, P. (2022). Profil Kota Yogyakarta. *Kompas.Com*. <https://yogyakarta.kompas.com/read/2022/03/27/221812178/profil-kota-yogyakarta>
- Soo, K. Y. (2019). 89,000,000 “hallyu” fans worldwide. *The Korea Times*. https://www.koreatimes.co.kr/www/art/2019/01/732_261877.html
- Syamsuddin, L., & Akuba, S. Y. (2022). HUBUNGAN KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA DI KOMUNITAS PENGGEMAR K-POP ARMY GORONTALO (Vol. 01, Issue 01).
- Tambingon, J., Tasik, F. C. M., & Purwanto, A. (2018). GAYA HIDUP HEDONISME MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS Universitas Sam Ratulangi Di Kota Manado Joulanda Tambingon. *News.Ge*, <https://news.ge/anakliis-porti-aris-qveynis-momava>.
- Triadanti. (2019). Jadi Gaya Hidup, Benarkah Fans KPop Kaya Raya atau Cuma Modal Kuota. *IDN Times*. <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/danti/jadi-gaya-hidup-benarkah-fans-kpop-kaya-raya-atau-cuma-modal-kuota/full>
- Zahra, S. (2019). PENGGEMAR BUDAYA K-POP (Studi Mengenai Ideologi Penggemar Budaya K-Pop Pada Fandom iKONIC di Kota Surabaya). *Repository Unair*, 2. <https://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-kmntsd1e3e2d54dfull.pdf>