

Army Jayapura: Komunitas Penggemar K-Pop di Papua

Delvia Insyowi Sroyer¹, Simon Abdi K. Frank^{2*}, Hanro Y. Lekitoo²

¹Mahasiswa Program Sarjana Antropologi, Universitas Cenderawasih, Jayapura Indonesia

²Departemen Antropologi, Universitas Cenderawasih Jayapura Papua Indonesia

Email Korespondensi: simmon_frank@yahoo.co.id

INFO ARTIKEL

Kata Kunci:

K-Pop, BTS, Army Community, Jayapura, Papua

Cara Sitasi:

Sroyer, I.S., Frank, S.A. K., Lekitoo, H.Y. (2022). Army Jayapura: Komunitas Penggemar K-Pop di Papua. *Cenderawasih: Jurnal Antropologi Papua*. 3(2): 96 – 107.

DOI:

<http://dx.doi.org/10.31957/jap.v3i2.3302>

ABSTRACT

The purpose of this study is to find out the history of Jayapura Army community as fond of K-Pop culture on the of the Army community in Jayapura. The method used by author in this study is a descriptive qualitative research type. To obtain objective data, the author uses interview research techniques, observatio, and documentation. The author examines directly related to what is happening in the field, then the author describes what is seen, heard and collected according to the data needed in this research topic. In this study recording aids in the form of mobile phones and field notes were also used. The location of this research was in Abepura, Kota Baru Ward, Abepura District, Jayapura City, Papua Province. The informant technique used by the researcher is purposive sampling. The purpose of this study is to find out the history of Jayapura Army community as fond of K-Pop culture on the of the Army community in Jayapura. The results of this study indicate that K-Pop culture, one of which is boyband BTS has entered Abepura, Jayapura Papua precisely in the Army Jayapura community in 2016 and BTS is veryinfluential and has appositve inpact on the Army Jayapura to do positive things rafter than negative things.

Copyright © 2022 CENDERAWASIH. All rights reserved.

1. Pendahuluan

Pada zaman modern saat ini tidak dipungkiri bahwa perkembangan teknologi dan informasi melalui akses internet yang begitu pesat, sehingga kita dapat mengakses budaya-budaya lain yang sedang populer atau terkenal selain budaya kita melalui media massa . Budaya populer tersebut kemudian dijiplak dan diaplikasikan pada kehidupan sehari-hari karena dianggap cocok dengan kehidupan kita. Salah satu kebudayaan yang sedang populer atau menarik banyak perhatian sehingga digemari

ataupun diminati oleh kebanyakan kaum hawa dan juga kaum adam ialah budaya Korea atau *K-Pop* yang dalam bahasa Korea disebut *Hallyu* yang berasal dari kata Han Liu. *Hallyu* atau gelombang Korea ini merupakan istilah pada penyebaran popularitas hiburan dan budaya Korea berupa, musik populer Korea atau istilah terkenalnya *K-Pop*, drama Korea (drakor), film Korea, kuliner Korea, *fashion*, bahkan semua yang berkaitan dengan Korea yang tersebar di negara-negara di Asia, dan juga negara-negara lain yang ada di dunia (Putri, dkk, 2019; Alhamid, 2022). Pertama kali budaya *K-Pop* ini muncul sekitar pada awal tahun 1996, dimana pada saat musik grup beraliran populer Korea seperti *H.O.T*, *Baby Vox*, dan *The National Ballet Company* masuk ke dalam pasar Tiongkok, yang kemudian diikuti pula dengan adanya penayangan drama-drama televisi asal Korea (Kardinal, 2021).

Salah satu fenomena yang disebut dengan demam Korea merupakan budaya Korea yang telah mengalami perkembangan begitu pesat di dunia termasuk Indonesia sehingga membawa pengaruh bagi gaya hidup mereka. Ada beberapa dari mereka menyukai budaya lokal dan budaya nasional, namun mereka juga tidak ingin ketinggalan dengan perkembangan budaya *K-Pop* yang telah diikuti karena budaya *K-Pop* sejalan sesuai dengan modernitas zaman yang sedang marak berkembang (Ri'aeni, 2019; Purba & Solekhah, 2019).

Media globalisasi atau media massa saat ini berkembang pesat dan memengaruhi kehidupan para kaum remaja-remaja di kota Banda Aceh dan mencoba meninggalkan budaya-budaya lokal mereka karena adanya perkembangan budaya Korea melalui media dan yang telah menyampaikan nilai-nilai Korea sehingga mampu diserap oleh kaum remaja di kota tersebut (Syam, 2015). Karena begitu semakin banyaknya para remaja di kota Surabaya meminati musik Korea dan budayanya, sehingga ada dari beberapa idol grup asal Korea yang sering juga berdatangan ke Indonesia dengan tujuan melakukan konser mereka dan juga menjumpai para pengemarnya. Grup yang disukai atau diminati memiliki perkumpulan penggemar yang disebut *fandom* dan didalam terdapat kegiatan atau rutinitas *fangirling* baik individu maupun kelompok. Kegiatan yang dilakukan secara individu merupakan kegiatan mendengarkan musik Korea, aktivitas di media sosial, sedangkan kegiatan yang secara kelompok yakni berdonasi, melakukan perkumpulan untuk mengadakan suatu acara berkaitan aktivitas *fangirling* (Zahra, 2019).

Budaya *hallyu* telah masuk di Indonesia sudah cukup lama sekitar tahun 2000-an karena dengan dimulainya penayangan-penayangan drama Korea atau yang biasanya disebut dengan kata *drakor* di saluran pertelevisian Indonesia seperti *Full House*, *Winter Sonata*, hingga *Dae Jang Geum* yang memang amat terkenal pada saat itu. Salah satu budaya *hallyu* ialah budaya *K-Pop* yang merujuk pada musik Korea. *K-Pop* muncul di panggung global oleh PSY yang merupakan penyanyi solo asal Korea dengan judul lagu solonya "Gangnam Style" yang dirilis pada akhir tahun 2012 dan telah ditonton oleh 4,2 milyar penonton saat ini, dan membuat industri permusikan Korea menjadi terkenal dan mulai berkembangnya *boyband* dan *girlband* Korea Selatan baik yang lama maupun baru sebelum dan sesudah tahun 2012 (Tarlita, 2013; Jayanti, dkk, 2022).

Di Abepura, Kelurahan Kota Baru, Distrik Abepura, Kota Jayapura, Provinsi Papua pun juga sudah mengenal budaya *K-Pop* dapat dilihat dari beberapa komunitas penggemar *boyband/girlband* Korea dan *olshop-olshop* atau toko-toko *online* yang berhubungan dengan *K-Pop* yang dapat di temukan di media sosial seperti *instagram* dan juga *facebook*. Setiap *boyband* dan *girlband* asal Korea Selatan tersebut memiliki komunitas penggemar atau istilah *K-Pop* disebut *fandom* seperti *Exo-L* Jayapura,

NCTzen Jayapura, Blink Jayapura, dan Army Jayapura. Salah satu komunitas *fandom* dari *boyband* BTS asal Korea Selatan ialah *Army*, pada umumnya *fandom Army* ini akan diikuti oleh nama daerah dimana ada komunitas tersebut berada seperti di Jayapura sehingga disebut 'Army Jayapura' yang dapat diakses akunnya melalui media sosial *instagram* dengan jumlah 816 pengikut (Isntagarm @army_jayapura). Sehingga tidak dipungkiri bahwa budaya *K-pop* sudah masuk di Abepura, Kelurahan Kota Baru, Distrik Abepura, Kota Jayapura Papua dan membawa pengaruh bagi komunitas *Army* yang diulas dalam pembahasan pada bab empat.

Argumentasi yang mendasari untuk mengangkat topik ini menjadi fokus pengkajian ini untuk mengetahui sejauhmana pengaruh budaya *K-Pop* pada komunitas *Army* di Abepura, kelurahan Kota Baru, Distrik Abepura, Kota Jayapura, Provinsi Papua terhadap gaya hidup mengkonsumsi budaya *K-Pop*. Sesuai pengamatan awal dan juga penulis sebagai salah satu penikmat dan penggemar *K-Pop* terutama juga sebagai *Army* 2014 sampai saat ini sering diberikan pandangan buruk, candaan yang bersifat menjatuhkan, tanpa melihat adanya pengaruh positif dari mengkonsumsi budaya tersebut sehingga penulis melihat kurangnya sikap toleran antar sesama. Tetapi tidak dipungkiri juga pasti ada pengaruh negatif karena berbicara pengaruh pasti ada yang pengaruh baik dan juga ada yang buruk. Sehingga melalui penulisan ini, penulis ingin menyampaikan kemunculan *Amry* Jayapura sebagai komunitas penggemar budaya *K-Pop* di Papua, dan pengaruhnya terhadap kehidupan remaja para penggemar *K-Pop* tersebut.

2. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis ialah jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Dari hasil penelitian yang didapatkan tepatnya di Abepura kemudian penulis akan mendeskripsikan menjadi suatu tulisan etnografi tentang *Amry* Jayapura sebagai komunitas penggemar budaya *K-Pop* di Papua, dan pengaruhnya terhadap kehidupan remaja para penggemar *K-Pop* tersebut.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Wawancara dan observasi Wawancara dilakukan untuk mendapatkan data terkait dengan data diri *Army*, budaya *K-Pop*, *Army* dan komunitas *Army*, orang tua dan teman *Army*. Kemudian obserasi atau pengamatan dilakukan melalui media sosial, dan juga kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh komunitas *Army* yang berfungsi untuk mencari pengaruh dari budaya *K-Pop* tersebut.

Teknik penentuan informan yang digunakan oleh penulis ialah *purposive sampling* (disengaja), yang mana *Army* sebagai informan kunci yang dianggap mengetahui budaya *K-Pop* karena merekalah yang merupakan pelaku dari konsumsi budaya *K-Pop* tersebut. Jumlah informan¹ sebanyak 5 orang yang termasuk dalam komunitas *Army* Jayapura yang dapat di lihat pada tabel berikut ini.

Tabel 1. Informan Penelitian

No	Nama	Status	Asal	Keterangan
1	Stefani	Mahasiswa	Maluku	Admin
2	Melda	Tamat SMA	Jayapura	Anggota
3	Yakomina	Mahasiswa	Biak	Anggota

¹ Semua nama informan telah disamarkan untuk menjaga privasi informan dan konfidensialitas informasi yang diberikan.

4	Sinta	Mahasiswa	Manado	Admin
5	Hilda	Mahasiswa	Serui	Anggota

Dalam penelitian data kualitatif diolah dan dianalisis dengan tahapan yaitu melakukan peringkasan data, pengolahan data secara sistematis, penyerderhanaan data dan menganalisis hubungan antar berbagai konsep, data yang diolah, disajikan secara deskripsi sesuai dengan tema pembahasan guna penarikan kesimpulan dan penentuan tindakan lebih lanjut (Afrisal, 2014:175). Agar temuan-temuan dari penulis dapat diinformasikan kepada para pembaca, maka data dari penelitian ini disusun secara sistematis dari data yang akan diperoleh berupa hasil wawancara, catatan lapangan (*fieldnotes*), dan dokumentasi visual berupa gambar untuk memudahkan orang memahami tulisan ini.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Sejarah Komunitas Army Jayapura Menggemari Budaya K-Pop

Army ialah nama *fandom boy group* asal Korea Selatan yakni BTS, yang merupakan singkatan dari “*Adorable Representative MC For Youth*” sedangkan BTS dalam pelafalan bahasa Korea disebut “*Bangtan Sonyeondan*” dan dalam bahasa Inggris disebut “*Bulletproof Boy Scout*” yang memiliki makna baju anti-peluru. Sehingga pemberian nama *fandom Army* dikaitkan dengan tentara sesuai dengan arti dari BTS yang mana kedua hal itu selalu bersama.

BTS pertama kali *debut* tahun 2013 tepatnya pada tanggal 13 Juni dengan judul lagu debut mereka ialah “*No More Dream*”. Tidak membutuhkan waktu lama untuk BTS memiliki *fandom* yang kemudian diberi nama *Army*. Nama *Army* pertamakali diperkenalkan oleh BTS tepat sebulan setelah mereka debut yakni pada tanggal 09 Juli 2013.

BTS berasal dari agensi *BigHit Labels* yang mana pada saat itu merupakan agensi kurang terkenal atau dapat disebut sebagai agensi kecil di Korea Selatan, sedangkan terdapat tiga agensi besar asal Korea Selatan yaitu *SM Entertainment*, *JYP Entertainment*, *YG Entertainment*. Istilah “usaha tidak pernah mengkhianati hasil” merupakan istilah sangat cocok sesuai dengan perjalanan karir mereka dari debut hingga menjadi salah satu *boy group* asal Korea yang amat terkenal secara mendunia karena lagu mereka sangat menginspirasi penggemarnya dan perilaku mereka juga membawa pengaruh baik pada *Army* untuk mengikuti jejak mereka. Hal yang dapat menyebutkan BTS menjadi sumber inspirasi karena pernah di undang ke PBB untuk berpidato mengajak anak-anak muda mencintai diri mereka sesuai salah satu album BTS “*Love Your Self*”, musik mereka pernah masuk dalam nominasi *Grammy Awards* yang merupakan acara musik bergengsi asal Amerika Serikat dan BTS merupakan salah satu penyanyi asal Asia yang masuk dalam nominasi tersebut sehingga menjadi kebanggan terutuk warga benua Asia walaupun dua kali masuk dalam nominasi tersebut dan gagal membawa pulang piala *Grammy* tetapi *Army* sangat bangga terhadap pencapaian tersebut, selain itu BTS pernah di undang oleh president Amerika Serikat Joe Biden untuk ikut berpidato di *White House* tentang “*Stop Asian Hate*”, BTS juga ikut berdonasi mendukung “*Black Lives Matter*” senilai US\$ 2 juta dan *Army* juga ikut berdonasi sesuai jumlah yang didonasikan oleh BTS. Sehingga BTS sangat berpengaruh baik pada *Army* untuk melakukan kegiatan sosial positif.

BTS sangat terkenal di dunia sehingga memiliki banyak penggemar tersebar di

dunia termasuk Indonesia. Di Indonesia sendiri memiliki sebutan yakni “Indomy” yang merupakan singkatan dari Indonesia Army dan di Indonesia penggemar BTS tersebar dari Barat hingga Timur Indonesia termasuk di Jayapura Papua. Penggemar BTS di Jayapura disebut “Army Jayapura”. Army Jayapura merupakan nama akun instagram yang di pegang oleh tiga orang Army namun untuk saat ini terdapat dua orang pemegang akun tersebut yakni Putri Mokoginta dan Hasna Fianotak tetapi yang sering mengelola akun ini untuk mengadakan event seperti nobar konser *online*, event perayaan ulang tahun dan anniversary BTS dan Army ialah Putri Mokoginta. Komunitas ini tidak memiliki pembentukan struktur organisasi yang menetapkan ketua dari komunitas ini melainkan mengenalnya dengan sebutan admin yang memegang akun instagram Army Jayapura. Komunitas ini dibuat pertama kali pada tahun 2016 oleh sekumpulan remaja-remaja perempuan yang merupakan teman-teman sekelas di salah satu SMK yang terdapat di Jayapura yang mana merupakan penggemar BTS kemudian berinisiatif membuat akun instagram @army_jayapura tujuannya untuk mengumpulkan orang-orang yang juga memiliki kesamaan dengan mereka seperti yang telah diungkapkan oleh salah satu admin Army Jayapura, mengungkapkan sebagai berikut:

“sebenarnya pertama itu ini toh iseng buat istagram tahun 2018 ka 2016 dengan teman-teman di sekolah waktu SMK iseng bikin istagram Army Jayapura, temanku bilang begini kita army kan itu masih sedikit ya BTS belum setenar itu, mereka bilang begini ahh... kita bikin instagram atas nama Army Jayapura siapa tahu ada orang-orang di Jayapura juga yang suka sama BTS, jadi kita bisa sama-sama dapat wadah yang sama karna waktu itu tu jarang skali ada yang suka BTS dan kita juga tidak tahu kalau ada anak-anak lain yang suka BTS di Jayapura ya sudah bikin tahun 2016, 2017 masih kurang , maksudnya kurang ini toh.. apanamanya insite instagramnya kurang jadi ahh... pasti sedikit ni yang ada di Jayapura. Apa.. anak-anak Armynya tahun 2018 ehh... pas semester satu pas baru baru masuk kampus juga masih sedikit tapi 2019 pertengahan kalau gak salah 2019 pertengahan mau menuju mau-mau juli itu mau-mau junilah itu pertemuan pertamanya kita dengan anak-anak Army yang lainnya dengan Putri dengan anak-anak Army berkumpul nah pertamanya di kosnya Putri nah.. itu pertama kali sudah buat pertemuan, pertemuan, pertemuan terus akhirnya bisa sebesar ini” (wawancara: Juni 2022)

Syarat untuk menjadi bagian Army Jayapura ternyata tidak ada syarat yang khusus harus dilakukan untuk menjadi bagian dari Army Jayapura atau istilahnya terbuka secara umum bagi orang-orang yang menyukai BTS yang bertempat tinggal di Jayapura seperti yang dikatakan oleh infoman yang sama :

“syaratnya untuk di Army Jayapura itu cuman suka sama BTS aja sih.., tidak ada syarat tertentu untuk menjadi salah satu bagian dari Army Jayapura” . (wawancara: Juni 2022)

Dari pernyataan diatas maka tidak ada batasan usia, gender, religi, dan juga asal suku baik berasal dari Papua juga non Papua karena terbuka untuk umum yang menyukai BTS yang bertempat tinggal di Jayapura, namun untuk menunjukkan data jumlah Army berdasarkan gender, usia, Papua dan non Papua yang mengikuti event yang diadakan oleh Army Jayapura dari tahun 2020 hingga 2022 sebagai berikut:

Tabel 2. Data Jumlah Komunitas Army Jayapura

No	Perempuan	Laki-Laki
1	192	2
No	Usia Paling Rendah	Usia Paling Tinggi
1	6 tahun	1984 Tahun
No	Orang Asli Papua	Non Papua
1	156	37

(Sumber Data: Jumlah Army Jayapura Mengikuti Event Tahun 2020-2022)

Adapun salah satu admin Jayapura lainnya yang menambahkan persyaratan untuk menjadi Army Jayapura ialah Army tersebut merupakan Army yang bertempat tinggal di Jayapura, dan sesama Army tidak boleh saling “war” , seperti yang telah diungkapkan oleh salah seorang informan berikut ini:

“untuk masuk di dalam akun Army Jayapura sebetulnya itu, saya gak tulis persyaratan disitukan biasanya kan orang kalau mau buat mereka harus tulis persyaratan yang masuk ni khusus Army Jayapura, tapi pada umumnya sebelum mereka masuk. Mereka biasanya chat saya dulukan mungkin ada yang minta link grup karna saya kan adminnya toh.. jadi saya biasanya sampaikan ke mereka to mereka kalau misalnya dari teman yang masukan saya bilang ini army mana dulu kalau mereka bilang Army jayapura jadi otomatis saya masukan tapi kalau mereka bilang dari Army luar. Saya bilang, pernah ada juga yang chat saya tapi dari army Jawa ka? Dia bilang pengen gabung tapi saya bilang ini khusus Army Jayapura. Itu termasuk persyaratan kan! Yang kedua itu saya bilang sebenarnya kalau masuk dalam grup itu kita harusnya gak boleh ada war apalagi sesama kita, sesama Army jayapura intinya tidak boleh ada war”(wawancara, Juli 2022)

Gambar 1 Army Jayapura



3.2. Dampak Budaya K-Pop Terhadap Gaya Hidup Komunitas Army Jayapura

Budaya K-Pop merupakan budaya musik populer asal Korea, BTS pun termasuk dalam budaya K-Pop karena merupakan salah satu penyanyi grup yang sangat populer, banyak disukai dan BTS menjadi salah satu aset negara mereka yang mendatangkan pemasukan di bagian pariwisata untuk negara Korea Selatan. Alasan yang membuat BTS sangat terkenal karena musik mereka sangat menginspirasi, memotivasi, dan memiliki pesan-pesan sangat mendalam yang *relate* dengan kehidupan pemuda-pemudi sehingga membuat mereka berbeda dari grup lainnya. Mereka menyadari semua yang dilakukan oleh mereka akan diikuti oleh penggemar mereka sehingga mereka selalu melakukan hal-hal yang positif seperti berdonasi yang telah disinggung oleh penulis diatas. Di Indonesia sendiri sudah terdapat beberapa kegiatan sosial yang dilakukan “Indomy” seperti membantu program vaksinasi covid-19, 10.000 dosis yang diberikan kepada warga Indonesia pada 31 Juli 2021, untuk merayakan ulang tahun Kim Taehyung 30 Desember 2021 Army Bangka Belitung mendonasikan 5 buah perahu untuk nelayan, Army NTB lakukan kegiatan lingkungan transplantasi terumbu karang 13 Juni 2022, dan masih banyak lainnya. Sebagai contoh untuk melihat bagaimana BTS sangat berdampak berikut pemaparan mengenai dampak yang ditimbulkan.

3.2.1. Dampak Positif

Terdapat dampak positif yang dibagi menjadi 2 bagian yakni dampak positif individu dan dampak positif sosial sebagai berikut:

3.2.1.1. Dampak positif individu

Dampak positif individu merupakan dampak yang hanya diperoleh oleh pelaku-pelaku konsumsi budaya K-Pop seperti Army Jayapura dari aktivitas *fangirling* nya sendiri yang hanya dirasakan oleh individu setelah menyukai BTS juga mendapat perubahan yang baik seperti mendapatkan kesenangan pribadi yang awalnya tidak ceria menjadi orang yang ceria, seperti yang diungkapkan oleh salah seorang informan:

“Yang sa dapat sih.... keseruan sih, macam hobi, macam kesenangan aja maksudnya sa dirumah itu orangnya tidak ceria tapi pertama sa masuk K-Pop, sa macam pokoknya sa suka goyang-goyang, menyanyi tra jelas walaupun tidak tahu lirik itu”.
(Wawancara: Mei 2022)

Adapun mendapat banyak teman yang memiliki kesukaan yang sama untuk keseruan melakukan aktivitas *fangirling* dan teman itu bisa saling menolong satu sama lain seperti yang diungkapkan oleh salah satu admin Army Jayapura, informan menyebutkan:

Kalau menurut saya yang dapat dari budaya K-Pop memang ada dua sih itukan ada punya koskuensi ada yang baik dan ada yang buruk. Nah... yang baiknya itu kayak itu yang tadi sa bilang bisa, kita bisa bercengkrama dengan orang yang satu sefrekuensi. kemudian eh... mendapatkan banyak teman kemudian kita happy juga”
(wawancara: Juni 2022)

Selain itu menjadi seorang K-Popers bisa memiliki sikap menghargai satu sama lain dalam menyukai hal-hal yang berbeda, seperti yang diungkapkan oleh ketiga informan sebagai berikut:

"Ya kita kan gak pernah.... gak pernah mengusik apa yang mereka suka gitu kenapa mereka harus mengusik apa yang kita suka sih.. ya... menghargai satu sama lainlah kalau gak suka K-Pop ya udah gak usah dihujat-hujat, gak usah di.. dibilang-bilang K-Pop apa , artis-artis K-Pop ini begitu gak usah mendingan menghargai satu sama lain".

(Wawancara: Juni 2022)

Lebih lanjut, informan berikutnya memaparkan:

"Ini apaan, masing-masing orang-orang punya pendapat, punya hobi, punya kesukaan yang berbeda-beda, tong tidak bisa paksakan orang tuk suka tong punya kesukaan terus orang tidak bisa paksakan kitong untuk suka orang pu kesukaan. Masing-masing kalau dong suka dong punya ya biar sudah, kalau dong ssuka anime ya biar sudah, kalau dong suka wibu ya biar sudah, kalau kita suka yang K-Pop ya biar sudah kita yang K-Pop , yang suka drama ya biar sudah drama, asal jang tong saling menjatuhkan".(Wawancara: Mei 2022)

Kemudian, informan berikutnya mrmaparkan sebagai berikut:

"Jangan terlalu sibuk dengan orang lain, kayak maksudnya kalau orang lain tidak sibuk kamu tidak perlu juga sibuk dengan orang lain, masing-masing kek. punya kesukaan begitu kalau kam suka bola ya bola saja jangan kayak bicara yang lain"

(Wawancara: Mei 2022)

Mengurangi kenakalan remaja, karena sebagian dari empat informan yang diwawancarai menegukapakan mereka merupakan anak rumah, tidak berpacaran sehingga dapat menunda aktivias kenakalan remaja karena lebih menghabiskan waktu dirumah daripada diluar, sebagai contoh yang dikatakan oleh, informan sebagai berikut ini:

"sebelum sa menyukai budaya Korea-Korea ini saya lebih sering ke sisi negatifnya sih sering keluar malam kayak apa... sering pacaran-pacaran begitu. Jadi orang tua gak suka jadi otomatis gak suka dengan sikap saya tetapi selama saya suka BTS ini saya lebih dirumah jadi sa sudah membatasi sa punya pergaulan juga maksudnya pergaulan sisi negative begitu. Yang ketiga juga saya tidak sering keluar rumah kayak sering dirumah aja nonton MV BTS kek video-video BTS, film-film Korea. Jadi kayak orang bilang apa kecil... kecil.... Kayak kena hal-hal buruk begitu itu"

(Wawancara, Juni 2022).

Adapun yang diperoleh oleh salah seorang informan Maya:

"Pendapat orang tua sih senang karena eh.. sering tinggal di rumah bukan apa tetapi kita juga kan perempuan jadi harus selalu tinggal di dalam rumah, jangan terlalu keluar-keluar rumahlah perempuan harus stay dalam rumah trus". (Wawancara, Juni 2022)

Dan juga sangat memotivasi dalam kehidupan sehari sehari sebagai contoh perjalanan karir bts dari agensi paling kecil menjadi besar dan juga ikut berpidato di pbb sehingga membuat army juga ingin menjadi seperti mereka seperti yang

diungkapkan oleh informan sebagai berikut ini:

“Yang didapat didapat dari BTS meomtivasi skali yang pertama dari perjuangannya mereka dari awal sampai sekarang puncaknya itu sebenarnya itu bisa menjadi memmotivasi dari dalam hidup karena eh... berjuang dari sesuatu yang dari nol, itu tidak gampang sama sekali sama juga bisa diterapkan dalam hidup apalagi sekarang semester terakhir, satu juga RM itu biasanya aku alias my husband it utu berbicara di depan PBB gitu itu kan memotivasi untuk oke belajar karena kebetulan masuk diturusan HI jadi harus juga masuk dalam PBB”(Wawancara, Juni)

3.2.1.2. Dampak Positif Sosial

Dari apa yang dilakukan oleh BTS sangat berdampak positif kepada Army Jayapura juga untuk mengikuti mengadakan kegiatan sosial terdapat 3 event positif yang telah di adakan Army Jayapura seperti yang telah di ungkapkan oleh salah satu admin Jayapura, sebagai berikut :

“Event positif yang pertama itu kita menanam bibit manggrove, itu yang di bawah jembatan merah sana bukan di bawah sih di samping jembatan merah itu, itu yang pertama. Yang kedua itu kemarin bencana itu kita ada memberikan itu yang sukarelawan kemarin, apa ehh donasi sembako untuk yang kemarin bencana itu yang ketiga itu yang kemarin ini yang kita buat berdonasi untuk panti asuhan , yang positif itu cuman tiga itu sih...

Dia melanjutkan alasan kenapa event itu di adakan :

“Ya gimana ya kita meng... kek yang untuk pertama itu untuk menanam ini ada bagusnya kita menanam itu supaya kaya emmm apa ehh posisi positifnya apa ya ... supaya pohon-pohon makin banyak yah mengurangi bencana bencana. Yang kedua itu kita memberikan donasi kan ini banyakkkan yang terkena bencana kemarin yang pa kena banjir itu jadi kita bisa menolong lah mungkin mereka butuhkan bantuan dan donasi-donasi yang lain, seperti kemarin kan kita berdonasikan beras, mie itu kan kasihan yang sudah terkena bencana dan gak punya uang kan. Dan yang ketiga kemarin kita memberikan donasi untuk panti asuhan semacam itu juga ehh... kita memberikan beras , dan sisa uang itu dan berbagai sembako itu kita berikan karena mereka membutuhkan. Apalagikan panti asuhan itu mengumpulkan beberapa ana-anak itu , jadi mungkin mereka kurang sumbako jadi kita memberikan lah”(Wawancara Juni, 2022)

Jadi, berdasarkan pemaparan informan di atas, terdapat beberapa al yang dilakukan sebagai bentuk kegiatan sosial, yang dipaparkan sebagai berikut:

Pertama, Penanaman bibit Manggrove. Kegiatan ini dilakukan dalam rangka merayakan ulang tahun kedua member BTS yakni Kim NamJoon dan Jeon Jungkook, Army Jayapura bekerja sama dengan Rumah Bakau Jayapura dan juga akun *instagram @army.mymicasa* merayakan dengan cara mendonasikan uang untuk penanaman bibit mangrove yang bertujuan untuk menjaga dan melindungi ekosistem laut yang merupakan salah satu sumber dari kehidupan manusia, kegiatan ini dilakukan pada 5 September 2021.

Gambar 2 Penanaman Bibit Mangrove



(Sumber Gambar: Instagram @army_jayapura)

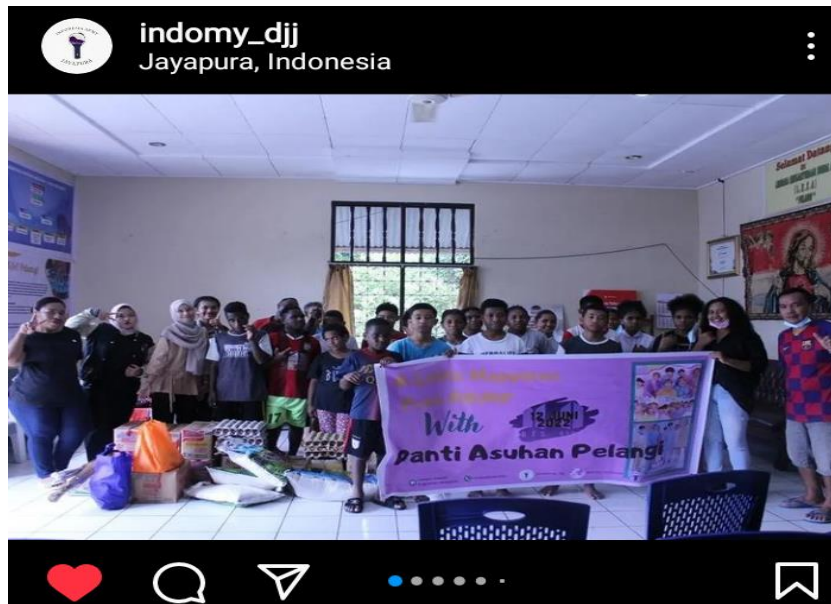
Kedua, Membantu Bahan Makanan Untuk Korban Banjir dan Tanah Longsor. Bencana banjir dan tanah longsor yang melanda Jayapura pada awal 2022 membuat komunitas *Army* Jayapura juga ikut turut bergalang dana untuk membantu bahan makanan kepada korban dari bencana banjir dan tanah longsor tersebut.

Gambar 3 *Army* Peduli Korban Banjir dan Tanah Longsor



(Sumber Gambar: Instagram @army_jayapura)

Gambar 4 *Army* Berbagi Kasih Dengan Anak-Anak Panti Asuhan Pelangi



(Sumber Gambar: Instagram @army.mymicasa)

Ketiga, Berbagi Kasih di Panti Asuhan. Kegiatan ini dilakukan dalam rangka merayakan *anniversary* BTS yang ke sembilan tahun, *Army* Jayapura bersama akun instagram @indpmy_djj melakukan kegiatan amal yakni “A Little Happiness from Army” dengan anak-anak panti asuhan Pelangi Abepura yakni berdonasi bahan makan, perabotan kebersihan, dan juga berdonasi berupa uang.

3.2.2. Dampak Negatif

Terdapat juga dampak negatif yang didapat dari mengikuti budaya tersebut ketika mengkonsumsi budaya tersebut secara berlebihan seperti boros karena dalam mengeluarkan uang untuk membeli album dan *merchandise* K-Pop yang melebihi batas kemampuan, seperti yang diungkapkan oleh salah seorang admin Jayapura, sebagai berikut:

“Buruknya kalau kita berlebihan ya pasti kita kayak misalnya eh... ada satu yang kita gak bisa ni akhirnya kitadapat kerugian itu kayak.... Apa membeli album, beli ini, beli itu jadi harus dapat itu sudah”

(Wawancara: Juni 2022)

Selain itu sering begadang semalam untuk menonton drama korea. Drama korea memiliki durasi hampir sejam lebih dan memiliki episode sampai 20 ada juga yang lebih sehingga butuh berjam-jam dan berhari untuk menyelesaikannya yang menyebabkan banyak yang rela begadang untuk menyelesaikannya dalam istilah *Drakor* menyebutnya “marathon drakor”.

4. Simpulan

Army Jayapura pertama kali dibentuk pada tahun 2016, oleh sekumpulan remaja perempuan di salah satu SMK di Jayapura tujuannya untuk membentuk perkumpulan yang memiliki kesamaan menyukai BTS namun seiring perkembangan *Army* Jayapura mengadakan event bukan hanya untuk kesenangan saja melainkan juga mengadakan

event yang positif seperti penanaman bibit mangrove, galang dana untuk membantu korban banjir dan tanah longsor, dan juga berbagi kasih dengan anak-anak panti asuhan Pelangi Abepura sedangkan mengikuti budaya *K-Pop* seperti BTS juga sangat berdampak positif untuk pribadi yang ceria, memiliki banyak teman, memiliki sikap saling menghargai satu sama lain, dan juga bisa mengurangi kenakalan remaja. tidak dipungkiri juga terdapat pengaruh negatif seperti bergadang karena meenoton drakor dan boros.

Jadi kehadiran budaya *K-Pop* seperti BTS yang masuk ke Jayapura dan mempengaruhi komunitas *Army* Jayapura secara umum lebih berdampak baik dan mampu mendapat hati para penggemar atau penikmat budaya tersebut baik anak-anak, remaja, dan juga orang dewasa. Kita tak boleh menghakimi orang karena apa yang mereka sukai seperti pada kelompok orang yang menyukai budaya *K-Pop*, karena setiap orang itu tidak sama dalam menyukai hal-hal tertentu. Mungkin menurut mereka apa yang disukai berdampak baik baginya dan memberikan perubahan pada dirinya, karena hanya merekalah yang mengetahui sumber kebahagiaan yang didapatkan olehnya yang didapatkan dari budaya *K-Pop* tetapi tidak didapat dari lainnya.

Referensi

- Afrizal. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Alhamid, H. A. (2022). Dampak *K-Pop* Terhadap Perilaku Remaja di Indonesia. *Nusantara: Jurnal Pendidikan, Seni, Sains dan Sosial Humaniora*, 1(01).
- Jayanti, I. G. N., Wirawan, I. K. A., Susanthi, N. L., & Sujayanthi, N. W. M. (2022). Korean Pop (*K-Pop*) Culture Phenomenon On The Behavior Of Indonesian Society. *Journal of Art, Film, Television, Animation, Games and Technology*, 1(1), 44-50.
- Kardinal, G. T. (2021). Globalization for South Korea's Cultural Industry: The Future of *K-Pop* in The Untact Era. *Jurnal Asia Pacific Studies*, 5(1), 36-48.
- Putri, I. P., Liany, F. D. P., & Nuraeni, R. (2019). *K-Drama* dan penyebaran Korean wave di Indonesia. *ProTVF*, 3(1), 68-80.
- Purba, R., & Solekhah, N. (2019). Kesetiakawanan Fans *K-Pop* di Era Digital. *Media Informasi Penelitian Kesejahteraan Sosial*, 43(2), 187-194.
- Ri'aeni, I. (2019). Pengaruh budaya korea (*K-pop*) terhadap remaja di Kota Cirebon. *Communications*. 1 (1): 1-14.
- Syam H. S. (2015). Globalisasi Media dan Penyerapan Budaya Asing, Analisis Pada Pengaruh Budaya Populerkorea Di Kalangan Remaja Kota Banda Aceh. *Avant Garde*. 3 (1): 1-17.
- Tartila, P. L. (2013). Fanatisme fans kpop dalam blog netizenbuzz. *Commonline*, 2(3), 190-205.
- Zahra, S. (2019). "Penggemar Budaya *K-Pop* (Studi Mengenai Ideologi Penggemar Budaya *K-pop* Pada Fandom iKONIC di Kota Surabaya)". *Skripsi*. Surabaya. Universitas Airlangga.