

Pengelolaan Identitas Penggemar K-Pop : Suatu Analisis Respon Terhadap Stigma

 **Ruhil Umami¹**,  **Maya Atri Komalasari²**, **I Dewa Made Satya Parama³**

^{1,2,3}(Universitas Mataram)

*e-mail Corresponding Author: ruhilumami@gmail.com

Abstract

K-Pop, as part of a global cultural phenomenon, has reached Lombok, giving rise to active fan groups. However, the presence of K-Pop fans in Lombok is often accompanied by stigma that demeans these fans. This research aims to understand the forms of response from K-Pop fans in Lombok towards the stigma they receive, as well as how they manage their identities based on Goffman's perspective. This study uses Erving Goffman's theory of stigma, particularly the concepts of discredited and discreditable stigma, to analyze the strategies of K-Pop fans in Lombok in managing their identities. The research method used is qualitative, applying a case study approach. Data collection techniques include observation, interviews, and documentation analysis. The collected data is analyzed through three processes: data condensation, data presentation, and conclusion drawing. The results show that there are two forms of response demonstrated by K-Pop fans in Lombok: active response and passive response. Active responses consist of providing explanations and engaging in social activities, while passive responses include reducing interest in K-Pop and ignoring the stigma. K-Pop fans in Lombok tend to show a passive response attitude, which aligns with the concept of discreditable stigma, where K-Pop fans try not to openly display their interests, thus allowing society to not recognize or know them as K-Pop fans. paper.

Keywords: K-Pop, Goffman, Responses, Stigma

Abstrak

K-Pop sebagai bagian dari fenomena budaya global, telah menjangkau Lombok, hingga melahirkan kelompok penggemar yang aktif. Namun, keberadaan penggemar K-Pop di Lombok seringkali diiringi stigma yang merendahkan para penggemar tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bentuk respon penggemar K-Pop di Lombok terhadap stigma yang diterima, serta bagaimana mereka mengelola identitas mereka berdasarkan perspektif Goffman. Penelitian ini menggunakan teori stigma dari Erving Goffman, khususnya konsep discredited dan discreditable stigma, untuk menganalisis strategi penggemar K-Pop di Lombok dalam mengelola identitas mereka. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dengan menerapkan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan yakni meliputi observasi, wawancara, dan analisis dokumentasi. Data yang terkumpul dianalisis melalui tiga proses yaitu kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua bentuk respon yang ditunjukkan oleh penggemar K-Pop di Lombok, yaitu respon aktif dan respon pasif. Respon aktif terdiri dari memberikan penjelasan dan melakukan kegiatan sosial, sedangkan respon pasif yang dilakukan terdiri dari mengurangi minat terhadap K-Pop dan mengabaikan stigma. Penggemar K-Pop di Lombok cenderung menunjukkan sikap respon pasif, yang sesuai dengan konsep discreditable stigma, di mana penggemar K-Pop berusaha untuk tidak menunjukkan minat mereka

secara terbuka, sehingga memungkinkan masyarakat untuk tidak mengenali atau mengetahui mereka sebagai penggemar *K-Pop*.

Kata Kunci: *K-Pop, Goffman, Respon, Stigma*

Received : September 27, 2024 ; Revised: September 27, 2024; Accepted: September 28, 2024

Info Publikasi: Artikel Hasil Penelitian

DoI:<http://doi.org/10.20527/multikultural.v2i2.406>

Website:<https://ppis.ulm.ac.id/index.php/JM>

Sitasi Cantuman: Umami, R., Komalasari, M, A., & Parama, I, D, M, S. 2024. *Pengelolaan Identitas Penggemar K-Pop : Suatu Analisis Respon Terhadap Stigma*. *Multikultural: Jurnal Ilmu Sosial*, 2 (2), 36-49

Pendahuluan

Korean Populer atau yang sering disingkat *K-Pop* merupakan fenomena budaya global yang berasal dari Korea Selatan. Dalam Kim (2021), *K-Pop* tidak hanya merujuk pada musik saja, akan tetapi juga mencakup berbagai aspek budaya populer Korean lainnya seperti gaya hidup, dance, dan *style* berpakaian atau *fashion*. Karakteristik utama dari musik *K-Pop* ini adalah kombinasi antara elemen pop, dance, hip-hop, dan electronic dance music (EDM), yang dipadukan dengan koreografi yang energik dan penampilan visual yang menarik. *K-Pop* bukan hanya sekedar genre musik, tetapi telah menjadi industri hiburan yang lebih luas dan kompleks. Fenomena *K-Pop* tidak hanya populer di negara Korea saja, tetapi juga telah menjadi kegemaran hampir seluruh kalangan masyarakat di berbagai belahan dunia, termasuk di Indonesia.

Popularitas *K-Pop* di Indonesia dimulai sekitar tahun 2000-an, ditandai dengan kesuksesan drama Korea yang tayang di beberapa chanel televisi swasta Indonesia. Seiring perkembangannya, popularitas *K-Pop* di Indonesia semakin meningkat dengan hadirnya musik-musik *K-Pop* yang dibawakan oleh *boyband* dan *girlband* asal Korea Selatan. Musik *K-Pop* selalu identik dengan *boyband* dan *girlband*, yang terdiri dari sekelompok laki-laki maupun perempuan yang memiliki visual atau wajah yang menawan, berpenampilan menarik serta dance yang enerjik (Camang, 2021). Beberapa *boyband* dan *girlband* yang membawa *K-Pop* menjadi semakin populer di Indonesia diantaranya seperti Super Junior, Girl Generation, Exo, BTS, NCT, Twice, Red Velvet, Seventeen, dan masih banyak lagi grup-grup *K-Pop* lain yang sampai sekarang masih populer di kalangan penggemar *K-Pop* di Indonesia. Setiap grup *K-Pop* memiliki daya tarik sendiri mulai dari vokal, visual, genre musik, koreografi, dan sebagainya yang menjadi ciri khas dari grup-grup idol *K-Pop* tersebut. Daya tarik akan budaya ini lah yang semakin meningkatkan basis penggemar *K-Pop* di Indonesia.

Sebagai bagian dari Indonesia dan telah tersentuh arus globalisasi, Lombok juga tidak luput dari fenomena *K-Pop* ini. Di Lombok banyak terbentuk komunitas-komunitas penggemar *K-Pop* serta kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan budaya Korea, seperti nobar (nonton bareng), *noraebang* (karaoke), pertemuan sesama penggemar dan lain sebagainya. Selain itu, terdapat fan cafe dan event-event yang berkaitan dengan *K-Pop* yang diadakan di Lombok. Hal ini menunjukkan adanya penerimaan dan adopsi budaya *K-Pop* yang signifikan di kalangan masyarakat Lombok, khususnya diantara generasi muda. Dilansir dari lombok.tribunnews.com (2023), komunitas penggemar BTS di Lombok yang dikenal sebagai Army, menggelar acara yang diberi tajuk Army Colourfun

Day. Acara tersebut terdiri dari kegiatan dance performance, nobar BTS Journey Concert, noraebang, Namjikook celebrate, dan live music. Acara tersebut dilakukan dalam rangka merayakan kecintaan mereka terhadap BTS dan sebagai wadah bagi para penggemar untuk berkumpul, berbagi cerita, menyanyi, menari, dan bergembira bersama (Laelatuni'am, 2023). Kegiatan-kegiatan semacam ini tidak hanya menjadi bukti kuat akan besarnya pengaruh *K-Pop* di Lombok, tetapi juga menggambarkan bagaimana budaya populer Korea telah menjadi sarana bagi generasi muda untuk membangun identitas, komunitas, dan pengalaman bersama yang bermakna dalam konteks lokal mereka.

Fenomena penggemar *K-Pop* di Lombok merupakan contoh nyata dari konsep penggemar yang lebih luas. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh komunitas penggemar *K-Pop* di Lombok mencerminkan karakteristik tipikal seorang penggemar. Mereka tidak hanya mengonsumsi konten terkait idola mereka, tetapi juga aktif berpartisipasi dalam berbagai kegiatan komunitas yang menunjukkan dedikasi dan kecintaan mereka. Hal ini sejalan dengan pemahaman umum tentang penggemar dan perilaku mereka.

Penggemar atau yang sering disebut sebagai fan, adalah individu yang memiliki ketertarikan terhadap suatu objek seperti selebriti, olahraga, karya seni, ataupun budaya populer lainnya. Menurut Fuschillo (2020), penggemar didefinisikan sebagai individu yang mengembangkan hubungan parasosial dengan selebriti, karakter fiksi, atau lainnya. Dedikasi mereka terhadap idola diwujudkan melalui berbagai aktivitas, mulai dari konsumsi media hingga partisipasi aktif dalam komunitas penggemar. Begitupula dengan penggemar *K-Pop* yang dapat diartikan sebagai kumpulan individu yang memiliki kegemaran yang sama, terikat oleh kecintaan mereka terhadap musik, gaya, dan budaya Korea.

Penggemar *K-Pop* seringkali merasa sangat terhubung dengan idola mereka sehingga identitas mereka pun ikut terpengaruh. Mereka mengadopsi nilai-nilai, gaya, dan pesan yang disampaikan oleh idola mereka sebagai bagian dari jati diri mereka. Keterikatan ini sangat kuat sehingga sering memengaruhi berbagai aspek kehidupan mereka, mulai dari cara berpakaian, barang-barang yang mereka beli, hingga cara mereka mengekspresikan diri sehari-hari. Demi menunjukkan kecintaan mereka, penggemar *K-Pop* rela melakukan banyak hal, seperti meniru gaya berpakaian idolanya, mengoleksi barang-barang bertema *K-Pop*, membeli album musik *K-Pop*, dan menghadiri konser.

Fenomena penggemar *K-Pop* ini tidak hanya terbatas pada individu, tetapi juga telah berkembang menjadi sebuah kelompok budaya global yang memiliki dampak signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan sosial dan budaya. Namun, seperti halnya dengan banyak kelompok baru yang muncul dalam masyarakat, keberadaan penggemar *K-Pop* juga memunculkan berbagai tanggapan dari masyarakat luas, termasuk munculnya stigma sosial.

Stigma dalam ilmu sosial diartikan sebagai bentuk reaksi sosial dari masyarakat terhadap perilaku individu. Adapun dalam Novanto & Bayu (2017), Erving Goffman mendefinisikan stigma sebagai atribut fisik atau sosial yang melekat pada diri seseorang dan mengurangi nilai identitasnya di mata masyarakat, sehingga menyebabkan penolakan dan pengucilan dari kelompok sosial. Disisi lain, stigma juga didefinisikan sebagai

mekanisme yang digunakan untuk merendahkan individu sebagai seseorang yang berbeda dari standar manusia normal pada umumnya, sebagai upaya merendahkan atau mendiscreditkan, ini menghasilkan penilaian yang negatif terhadap individu tersebut (Goffman, 1963).

Dalam kaitannya dengan penggemar *K-Pop*, stigma seringkali muncul sebagai penilaian negatif yang disematkan atau dilekatkan pada individu maupun kelompok yang mengidentifikasikan diri mereka sebagai penggemar *K-Pop*. Stigma pada penggemar *K-Pop* seringkali terkait dengan kerusakan karakter. Hal ini juga sejalan dengan jenis stigma yang dijelaskan oleh Goffman dalam bukunya yakni stigma dengan jenis "*blemishes of individual character*", atau stigma yang berhubungan dengan kerusakan karakter individu (Goffman, 1963).

Lebih lanjut, Goffman membedakan antara stigma yang "*discredited*" (telah diketahui atau terlihat jelas) dan stigma yang "*discreditable*" (berpotensi diketahui namun masih tersembunyi) (Goffman, 1963). Dalam konteks penggemar *K-Pop*, stigma yang mereka hadapi sering kali bersifat *discreditable*, di mana identitas mereka sebagai penggemar *K-Pop* tidak selalu terlihat jelas, namun dapat menjadi sumber stigma jika terungkap. Hal ini menyebabkan penggemar *K-Pop* harus secara aktif mengelola informasi tentang identitas mereka dalam interaksi sosial sehari-hari, memutuskan kapan dan bagaimana mengungkapkan minat mereka terhadap *K-Pop*. Konsep *discredited* dan *discreditable* stigma yang dijelaskan oleh Goffman juga terkait dengan bagaimana orang yang terstigma mengelola identitas mereka. Konsep *discredited* dan *discreditable* stigma dari Erving Goffman dapat dihubungkan dengan strategi atau upaya penggemar *K-Pop* untuk mengelola diri agar tidak dikenali oleh masyarakat dalam konteks respon terhadap stigma yang diterima terkait minat mereka pada *K-Pop*.

Stigma yang sering melekat pada penggemar *K-Pop* khususnya di Indonesia yaitu individu yang mengagumi plastik, obsesif, tidak nasionalis, fanatik, dan karakter negatif lainnya. Seperti hal nya dalam penelitian yang dilakukan oleh Imamatul Silfia dan Rizaludin Kurniawan (2022) menyebutkan bahwa berita dimedia cenderung menguatkan stigma terhadap fandom *K-Pop* khususnya perempuan, media cenderung menampilkan penggemar perempuan sebagai individu yang gila, fanatik, memiliki permasalahan psikologis, dan bertindak tanpa mempertimbangkan akal sehat.

Selanjutnya penelitian yang juga membahas tentang stigma terhadap penggemar *K-Pop* yaitu penelitian yang dilakukan oleh Fitria (2022), yang mengungkapkan bahwa penggemar *K-Pop* seringkali dipandang sebagai individu yang kurang berwawasan dan terlalu terobsesi, dengan asumsi bahwa kehidupan mereka sepenuhnya didedikasikan untuk mengagumi dan memuja idola *K-Pop*. Akibatnya, berbagai aktivitas yang dilakukan oleh penggemar *K-Pop* cenderung dianggap sebagai pemborosan waktu dan tidak memiliki nilai signifikan oleh masyarakat umum (Fitria, 2022).

Penggemar *K-Pop* juga seringkali dihadapkan pada stigma bahwa mereka terlalu fanatik dan obsesif terhadap idola mereka. Penggemar *K-Pop* yang mendapatkan stigma ini cenderung mengalami banyak kerugian, seperti merasa terpinggirkan tidak hanya dalam diskursus budaya populer namun juga didalam masyarakat secara keseluruhan, dipandang rendah karena kegemarannya terhadap budaya *K-Pop*, serta ketidakbebasan

dalam berekspresi karena budaya dan lingkungan masyarakat yang cukup bertolak belakang dengan budaya *K-Pop*.

Banyak dari penggemar *K-Pop* yang menolak stigma-stigma yang ditujukan kepada mereka, dan berusaha untuk mengubah persepsi negatif tersebut. Penggemar *K-Pop* di Indonesia khususnya di Lombok, memiliki berbagai bentuk respon dalam menanggapi atau merespon stigma yang mereka terima. Respon yang ditunjukkan merupakan cara penggemar *K-Pop* untuk tetap menjaga kesetiaan dan kecintaan mereka terhadap grup idola yang mereka dukung. Melalui kekuatan kolektif dan pemahaman yang lebih luas, penggemar *K-Pop* berupaya untuk mengubah pandangan negatif terhadap budaya *K-Pop* dan memperjuangkan pengakuan yang lebih luas terhadap minat mereka pada industri musik *K-Pop*. Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui ragam respon dari penggemar *K-Pop* di Lombok terhadap stigma sosial yang diterima.

Adanya pandangan negatif atau stigma sosial pada penggemar *K-Pop* di Lombok seringkali didasarkan pada asumsi dan kurangnya pemahaman tentang dinamika penggemar *K-Pop*. Oleh karena itu, penggemar *K-Pop* juga berusaha untuk merespon dan mengelola identitas diri mereka, supaya stigma tersebut tidak terus berkembang dimasyarakat dan merendahkan penggemar *K-Pop* secara keseluruhan.

Penelitian ini terkait dengan berbagai teori dan metode, termasuk teori stigma dari perspektif Erving Goffman khususnya tentang bagaimana individu dengan karakteristik yang terstigma mengelola identitas mereka dalam interaksi sosial. Hal ini berhubungan dengan konsep *discredited* stigma dan *discreditable* stigma, dimana individu dengan kedua stigma ini mengembangkan berbagai strategi untuk mengelola identitas mereka dalam interaksi sosial (Goffman, 1963). Strategi ini dapat mencakup upaya untuk menyembunyikan stigma, mengkompensasi stigma dengan kelebihan lain, atau menghadapi stigma secara langsung.

Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi wawancara dengan informan secara langsung, observasi, dan analisis dokumentasi. Informan dalam penelitian ini dipilih menggunakan teknik *purposive*. Teknik penentuan informan secara *purposive* dilandasi tujuan atau pertimbangan tertentu terlebih dahulu (Yusuf, 2014). Artinya, dalam memilih informan, peneliti memiliki pertimbangan khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian. Pemilihan informan didasarkan pada karakteristik tertentu yang dirasa paling sesuai untuk menjawab pertanyaan penelitian atau memberikan informasi yang dibutuhkan, sehingga didapatkan data yang lebih mendalam dan relevan dengan topik penelitian. Adapun informan dalam penelitian ini melibatkan penggemar *K-Pop* di Lombok sebagai informan utama dan keluarga maupun teman dekat penggemar *K-Pop* sebagai informan pendukung yang digunakan untuk mendapatkan informasi tambahan guna mendukung penelitian ini.

Dalam penelitian kualitatif penting untuk melakukan analisis data. Menurut Creswell (2014), analisis data dalam penelitian kualitatif memiliki tujuan untuk memahami suatu fenomena yang diteliti secara mendalam. Analisis penelitian sangat penting dilakukan karena membantu peneliti memahami makna, pola, dan tema yang muncul dari data yang dikumpulkan. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini mengikuti alur analisis data yang dikemukakan oleh Miles, Huberman, & Saldana (2014), yaitu data *condensation* (kondensasi data), data *display* (penyajian data), dan *conclusion drawing/verification* (penarikan kesimpulan dan verifikasi). Selain itu, untuk meminimalisir kesalahan dalam pengumpulan, analisis, dan interpretasi data, penelitian ini melakukan uji keabsahan data penelitian (Moleong, 2015). Untuk menguji keabsahan data dalam penelitian ini, digunakan dua teknik triangulasi yaitu triangulasi sumber dan triangulasi teknik (metode).

Hasil dan Pembahasan

Penggemar *K-Pop* di Lombok memiliki berbagai bentuk respon terhadap stigma sosial yang mereka terima. Respon ini mencerminkan cara mereka menghadapi serta menanggapi stigma terhadap minat mereka pada *K-Pop*. Dalam hal ini peneliti membagi respon penggemar *K-Pop* menjadi dua jenis yaitu respon aktif dan respon pasif. Penggemar *K-Pop* di Lombok merespon stigma tersebut dengan cara yang beragam, yaitu mengurangi minat terhadap *K-Pop*, mengabaikan stigma tersebut, serta memberikan penjelasan kepada non *K-Popers* tentang minat mereka terhadap *K-Pop*.

1. Respon Aktif

Respon aktif adalah respon yang melibatkan upaya proaktif, seperti memberikan penjelasan, edukasi, atau advokasi untuk meningkatkan pemahaman dan apresiasi terhadap minat mereka. Respon yang termasuk dalam respon aktif adalah respon penggemar *K-Pop* yang berusaha untuk menjelaskan tentang minat mereka kepada non *K-Popers*. Respon ini termasuk respon aktif karena penggemar *K-Pop* berusaha mengedukasi dan menjelaskan kepada orang lain tentang minat mereka terhadap *K-Pop*. Mereka secara aktif mencoba untuk mengklarifikasi, memberi pemahaman, dan mempromosikan apresiasi terhadap *K-Pop* kepada lingkungan sekitar mereka. Berikut uraian respon penggemar *K-Pop* yang termasuk respon aktif.

a. Memberikan penjelasan tentang minat terhadap *K-Pop*

Penggemar *K-Pop* di Lombok memiliki beberapa cara untuk merespon stigma atau pandangan negatif terhadap minat mereka. Salah satunya yaitu dengan memberikan penjelasan kepada masyarakat maupun orang-orang disekitar mereka. Para penggemar ini berusaha menjelaskan bahwa mereka berhak mengekspresikan minat mereka terhadap *K-Pop* dengan cara apapun yang mereka inginkan.

Beberapa penggemar *K-Pop* mengambil inisiatif untuk berbagi informasi tentang alasan ketertarikan mereka terhadap *K-Pop*, serta nilai-nilai positif yang terkait dengan minat tersebut. Mereka berupaya untuk menunjukkan bahwa *K-Pop* lebih dari sekadar penampilan visual, misalnya dengan membagikan terjemahan lirik lagu-lagu *K-Pop* yang memiliki makna mendalam dan relate dengan kehidupan mereka. Hal ini menyiratkan bagaimana mereka melihat *K-Pop* tidak hanya dari segi visual saja, akan tetapi juga mengapresiasi karya-karya dari idola *K-Pop*.

Para penggemar ini juga sering menjelaskan minat mereka terhadap budaya pop Korea melalui postingan di media sosial. Mereka merespon komentar-komentar negatif yang mereka terima dengan memberikan penjelasan dan klarifikasi. Hal ini dilakukan untuk meluruskan kesalahpahaman tentang budaya *K-Pop* dan penggemarnya.

Dalam merespon stigma, penggemar *K-Pop* di Lombok juga berusaha menegaskan bahwa kegemaran mereka terhadap *K-Pop* tidak bertentangan dengan keyakinan agama mereka, terutama penggemar yang beragama Islam. Hal ini dikarenakan masyarakat Lombok didominasi oleh penganut agama Islam begitupula dengan penggemar *K-Pop* yang banyak beragama Islam. Mereka menjelaskan bahwa mengidolakan tokoh agama dan menyukai idola *K-Pop* adalah dua hal yang berbeda, dan tidak ada kaitannya dengan kurangnya keimanan.

b. Melaksanakan kegiatan sosial

Penggemar *K-Pop* di Lombok juga mengambil langkah proaktif untuk mengubah persepsi negatif dan stigma yang mereka terima melalui berbagai kegiatan sosial yang bermanfaat bagi masyarakat. Kegiatan-kegiatan ini tidak hanya menunjukkan dedikasi mereka terhadap idola, tetapi juga membuktikan kontribusi positif mereka terhadap komunitas lokal.

Beragam aktivitas sosial yang dilakukan oleh *K-Popers* Lombok mencakup donasi untuk korban bencana, clean beach, serta santunan anak yatim dan lansia. Melalui kegiatan-kegiatan ini, penggemar *K-Pop* berusaha berkontribusi dalam membantu masyarakat sekitar dan menjaga kelestarian lingkungan. Hal ini menunjukkan bahwa penggemar *K-Pop* tidak hanya fokus pada hiburan, tetapi juga memiliki kesadaran sosial dan lingkungan yang tinggi. Seperti dokumentasi kegiatan yang dilakukan oleh Army Lombok selaku fandom dari grup BTS berikut:



Gambar 1. Kegiatan sosial penggemar *K-Pop* di Lombok (Sumber : Instagram btsarmy.project_lombok)

Melalui aktivitas-aktivitas tersebut, penggemar *K-Pop* di Lombok secara aktif menantang stigma yang sering dikaitkan dengan mereka. Mereka mendemonstrasikan bahwa menjadi penggemar *K-Pop* tidak menghalangi mereka untuk menjadi anggota masyarakat yang produktif dan bertanggung jawab. Sebaliknya, passion mereka terhadap *K-Pop* justru menjadi katalis untuk melakukan kegiatan-kegiatan positif yang bermanfaat bagi masyarakat luas.

Dengan konsisten melakukan kegiatan sosial dan lingkungan, *K-Popers* Lombok berusaha mengubah narasi dan persepsi masyarakat. Mereka menunjukkan bahwa stigma yang selama ini dilekatkan pada penggemar *K-Pop*, seperti dianggap tidak produktif atau terlalu obsesif tidaklah akurat. Sebaliknya, mereka membuktikan diri sebagai kelompok yang mampu menggunakan minat mereka sebagai sarana untuk berkontribusi positif pada masyarakat, sekaligus mematahkan stigma yang selama ini melekat pada komunitas penggemar *K-Pop*.

2. Respon Pasif

Selanjutnya terdapat respon pasif yang ditunjukkan oleh penggemar *K-Pop* yaitu merespon dengan mengurangi minat terhadap *K-Pop*, dan mengabaikan stigma yang mereka terima. Kedua respon ini termasuk respon pasif karena tidak melibatkan upaya aktif untuk mengubah persepsi atau situasi yang ada. Dalam respon pertama, penggemar *K-Pop* memilih untuk mengurangi minat mereka terhadap *K-Pop*, yang dapat dianggap sebagai tindakan pasif atau menarik diri dari kegembiraan tersebut. Sementara dalam respon kedua, penggemar *K-Pop* mengabaikan stigma yang ada tanpa berusaha untuk memperbaiki atau menantang stigma tersebut secara langsung.

Respon pasif cenderung lebih bersifat diam, menerima, atau menghindari konflik dengan lingkungan sekitar. Berikut adalah uraian dari respon pasif yang penggemar *K-Pop* Lombok tunjukkan sebagai respon terhadap stigma yang mereka terima:

a. Mengurangi minat terhadap *K-Pop*

Penggemar *K-Pop* di Lombok terkadang memilih untuk mengurangi minat mereka pada *K-Pop* sebagai respon terhadap stigma yang mereka terima. Hal ini dapat dilihat sebagai dampak emosional dari pandangan negatif yang mereka alami dari lingkungan sekitar. Sensitivitas terhadap stigma dan kritik dari orang lain dapat mempengaruhi antusiasme dan ekspresi mereka terhadap minat pada *K-Pop*.

Beberapa penggemar mengaku bahwa stigma yang mereka terima berdampak signifikan pada perilaku mereka. Mereka cenderung mengurangi aktivitas yang berkaitan dengan *K-Pop*, seperti mencari informasi tentang idola, menonton acara tentang *K-Pop*, atau membagikan konten terkait *K-Pop* di media sosial. Penggemar merasa terbebani oleh stigma tersebut dan merasa bahwa minat mereka tidak dihargai oleh masyarakat sekitar.

Banyak dari penggemar *K-Pop* di Lombok memilih untuk membatasi ekspresi kegemaran mereka, baik di media sosial maupun dalam interaksi sehari-hari. Mereka mengurangi waktu yang dihabiskan untuk mendengarkan musik *K-Pop*, mengikuti perkembangan grup atau idola mereka, serta keterlibatan dalam aktivitas yang berhubungan dengan *K-Pop*. Meskipun masih memiliki ketertarikan atau minat terhadap *K-Pop*, mereka cenderung menjaga minat ini lebih pribadi dan tidak mengekspresikannya secara terbuka untuk menghindari pandangan negatif dari lingkungan sekitar.

b. Mengabaikan stigma

Salah satu bentuk respon yang paling sering dilakukan oleh penggemar *K-Pop* di Lombok terhadap stigma yang mereka terima adalah dengan mengabaikan stigma tersebut. Mereka memilih untuk tidak merespon komentar negatif yang ditunjukkan kepada mereka sebagai penggemar *K-Pop*.

Beberapa penggemar *K-Pop* memilih untuk bersikap tidak peduli terhadap komentar buruk dan lebih memfokuskan diri untuk menikmati kegemaran mereka. Mereka bahkan berhasil mengemabangkan passion mereka, misalnya dengan menjadi admin dibasis penggemar *K-Pop*. Sikap positif ini dapat dilihat sebagai bentuk penguatan diri ditengah stigma yang mereka terima.

Strategi lain yang digunakan adalah mengandalkan dukungan dari komunitas atau kelompok penggemar *K-Pop* yang solid. Mereka cenderung

memilih tidak menanggapi komentar negatif untuk tidak memberi kepuasan kepada masyarakat yang memberikan stigma. Penggemar *K-Pop* juga memandang bahwa orang-orang yang memberikan stigma cenderung berpikiran tertutup dan tidak memiliki niat untuk memahami minat mereka terkait *K-Pop* dari sudut pandang yang berbeda, sehingga dianggap percuma untuk menjelaskan hal tersebut.

Dengan mengabaikan stigma yang diterima, penggemar *K-Pop* juga berusaha untuk tidak terpengaruh secara emosional dan memilih untuk fokus pada kegiatan mendukung idola *K-Pop* mereka. Mengabaikan stigma menjadi cara untuk menjaga keseimbangan emosional dan tetap menikmati minat tanpa terganggu oleh pandangan negatif orang lain. Sikap ini memungkinkan mereka untuk terus mengekspresikan diri dan menikmati kegemaran mereka terhadap *K-Pop*.

Berdasarkan analisis terhadap perilaku dan sikap penggemar *K-Pop* di Lombok, terlihat bahwa mereka menunjukkan beragam bentuk respon dalam menghadapi stigma sosial. Respon-respon ini dapat dikategorikan menjadi respon aktif dan respon pasif, yang mencerminkan strategi adaptasi yang berbeda-beda dalam menghadapi tekanan sosial dan pandangan negatif dari masyarakat. Respon-respon ini dapat dilihat atau dianalisis melalui lensa konseptual yang ditawarkan oleh Erving Goffman dalam teorinya tentang stigma. Khususnya, konsep *discredited* stigma dan *discreditable* stigma dapat memberikan wawasan tentang bagaimana penggemar *K-Pop* mengelola identitas mereka dalam konteks sosial yang seringkali tidak mendukung.

Dalam bukunya, Goffman mengeksplorasi bagaimana individu dengan karakteristik yang terstigmatisasi mengelola identitas mereka dalam interaksi sosial. Pertama, terdapat *discredited* stigma, yaitu mengacu pada stigma yang sudah diketahui atau terlihat jelas oleh orang lain. Individu dengan *discredited* stigma tidak dapat menyembunyikan karakteristik yang terstigmatisasi. Kedua, terdapat *discreditable* stigma, yaitu mengacu pada stigma yang tidak segera dilihat atau diketahui oleh orang lain. Individu dengan *discreditable* stigma memiliki karakteristik yang dapat menimbulkan stigma jika terungkap, tetapi mereka dapat menyembunyikannya (Goffman, 1963). Goffman juga berpendapat bahwa individu dengan stigma, baik *discredited* maupun *discreditable*, mengembangkan berbagai strategi untuk mengelola identitas mereka dalam interaksi sosial. Strategi ini dapat mencakup upaya untuk menyembunyikan stigma, mengompensasi stigma dengan kelebihan lain, atau menghadapi stigma secara langsung.

Konsep *discredited* dan *discreditable* stigma dari Erving Goffman dapat dihubungkan dengan strategi atau upaya penggemar *K-Pop* untuk mengelola diri agar tidak dikenali oleh masyarakat dalam konteks respon terhadap stigma yang diterima terkait minat mereka pada *K-Pop*.

Konsep *discredited* stigma dapat diterapkan pada penggemar *K-Pop* di Lombok yang memiliki respon aktif terhadap stigma yang diterima, dimana mereka secara terbuka mengakui dan menghadapi stigma terkait mereka pada *K-Pop*. Individu dengan *discredited* stigma cenderung mengambil pendekatan proaktif dalam mengelola identitas mereka, karena stigma yang mereka alami sudah diketahui atau terlihat jelas oleh orang lain.

Hal ini tercermin dalam perilaku sebagian penggemar *K-Pop* di Lombok yang memilih untuk secara terbuka menjelaskan minat mereka terhadap *K-Pop* kepada orang lain. Mereka berusaha mengubah persepsi masyarakat dengan memberikan penjelasan tentang nilai-nilai positif dalam *K-Pop*, membagikan makna mendalam dari lirik lagu, dan menegaskan bahwa kegemaran mereka tidak bertentangan dengan keyakinan agama. Strategi ini menunjukkan bahwa mereka menghadapi stigma secara langsung dan berupaya untuk memperjuangkan hak mereka dalam mengekspresikan kegemaran pada *K-Pop*, sejalan dengan karakteristik pengelolaan diri pada individu dengan *discredited* stigma.

Adapun konsep *discreditable* stigma dapat diterapkan pada penggemar *K-Pop* di Lombok yang merespon stigma dengan cara yang pasif, atau tidak secara terbuka mengungkapkan minat mereka dan berusaha mengelola informasi tentang kegemaran mereka pada *K-Pop*. Individu dengan *discreditable* stigma cenderung mengadopsi strategi yang lebih pasif dan berhati-hati dalam mengelola identitas mereka, karena stigma yang mereka alami berpotensi untuk terlihat namun belum diketahui secara umum.

Hal ini terlihat dalam perilaku sebagian penggemar *K-Pop* di Lombok yang memilih untuk mengurangi aktivitas terkait *K-Pop* atau mengabaikan stigma yang mereka terima. Mereka cenderung membatasi ekspresi kegemaran mereka di media sosial dan dalam interaksi sehari-hari, serta mengurangi keterlibatan dalam aktivitas yang berhubungan dengan *K-Pop*. Strategi ini menunjukkan upaya mereka untuk menjaga privasi dan menghindari potensi stigma yang dapat merugikan identitas mereka, sejalan dengan karakteristik pengelolaan diri pada individu dengan *discreditable* stigma.

Berdasarkan hasil penelitian, rata-rata penggemar *K-Pop* di Lombok cenderung mengelola stigma dengan cara yang lebih pasif, terutama dengan mengabaikan stigma yang mereka terima. Strategi ini sesuai dengan konsep *discreditable* stigma dari Erving Goffman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mengabaikan stigma sosial adalah respon yang paling sering dilakukan oleh penggemar *K-Pop* di Lombok. Penggemar *K-Pop* di Lombok lebih memilih untuk tidak terlalu memperhatikan atau merespon komentar negatif yang ditujukan kepada mereka. Selain itu, beberapa penggemar memilih untuk mengurangi ekspresi minat mereka terhadap *K-Pop* secara terbuka, seperti mengurangi aktivitas posting tentang *K-Pop* di media sosial atau mengurangi pembicaraan tentang *K-Pop* di lingkungan mereka. Meskipun masih memiliki ketertarikan pada *K-Pop*, banyak penggemar memilih untuk menjaga minat ini secara lebih pribadi dan tidak mengekspresikannya secara terbuka.

Strategi-strategi ini menunjukkan upaya penggemar *K-Pop* di Lombok untuk menjaga privasi dan mengelola informasi tentang minat mereka, menghindari konfrontasi langsung, dan menikmati minat mereka secara lebih pribadi untuk mengurangi dan menghindari stigma yang bisa saja muncul. Dengan demikian, mereka cenderung mengelola stigma dengan cara yang sesuai dengan konsep *discreditable* stigma, yaitu berusaha untuk tidak terlalu dikenali oleh masyarakat terkait minat mereka pada *K-Pop*.

Kesimpulan

Penggemar *K-Pop* di Lombok, memiliki berbagai bentuk respon dalam menanggapi atau merespon stigma yang diterima. Respon yang ditunjukkan merupakan cara dari penggemar *K-Pop* untuk menjaga minat hobi atau kegemaran mereka terhadap grup idola *K-Pop* yang mereka dukung, serta untuk mengubah persepsi negatif dari masyarakat terkait budaya *K-Pop*. Dalam merespon stigma tersebut, penggemar *K-Pop* di Lombok menunjukkan dua jenis respon yaitu respon aktif dan respon pasif. Respon aktif yang ditunjukkan oleh penggemar *K-Pop* di Lombok diantaranya dengan memberikan penjelasan tentang minat mereka terhadap *K-Pop* dan melaksanakan kegiatan sosial yang bermanfaat bagi masyarakat seperti kunjungan sekaligus bantuan pada panti jompo, hal ini dilakukan untuk mengubah pandangan negatif yang selama ini ditujukan kepada mereka.

Adapun respon pasif yang dilakukan oleh penggemar *K-Pop* di Lombok yakni mengurangi minat terhadap *K-Pop* dan mengabaikan stigma yang mereka terima. Dalam respon pasif ini, penggemar *K-Pop* tidak berusaha untuk mengubah pandangan masyarakat dan lebih memilih mengurangi minat dan mengabaikan stigma yang diterima. Rata-rata penggemar *K-Pop* di Lombok merespon stigma dengan lebih pasif. Hal ini dikarenakan kecenderungan mereka yang lebih memilih menghindari konflik dan tidak peduli pada pandangan orang lain terhadap minatnya pada *K-Pop*.

Analisis respon penggemar *K-Pop* ini dapat dipahami melalui teori stigma dari Erving Goffman, khususnya konsep discredited dan discreditable stigma. Penggemar yang menunjukkan respon aktif cenderung mengelola identitas sesuai dengan konsep discredited stigma, dimana mereka secara terbuka menjelaskan minat mereka pada *K-Pop* dan berusaha mengubah persepsi negatif orang lain. Sedangkan penggemar yang menunjukkan respon pasif lebih cenderung untuk menjaga privasi dan mengelola informasi tentang minat mereka agar tidak dikenali sebagai penggemar *K-Pop* oleh masyarakat, hal ini serupa dengan konsep *discreditable* stigma yang berusaha untuk menyembunyikan ciri atau karakteristik dari diri mereka yang dapat menimbulkan stigma.

Saran

Berdasarkan temuan penelitian, beberapa saran yang perlu dipertimbangkan yaitu masyarakat perlu untuk menghargai kegemaran tiap individu guna mengurangi stigma

terhadap penggemar *K-Pop*, mendorong komunitas penggemar agar lebih aktif dalam kegiatan sosial untuk membangun citra positif dimasyarakat. Selain itu, diperlukan penelitian lanjutan tentang dampak stigma terhadap identitas dan kesehatan mental penggemar *K-Pop*. Terakhir, penelitian selanjutnya juga dapat melibatkan perspektif masyarakat yang lebih luas, sehingga dapat membantu memahami sikap, persepsi, dan pandangan masyarakat terhadap penggemar *K-Pop*. Hal ini dapat membantu dalam membangun pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana stigma tersebut muncul, serta upaya untuk mengubah persepsi negatif menjadi lebih inklusif.

References

- BTS ARMY Project Lombok [@btsarmy.project_lombok]. (t.t.). Posts [Profil Instagram]. Instagram. Diambil pada 15 Juni 2024, dari https://www.instagram.com/btsarmy.project_lombok
- Camang, R. (2021). *Kontrol Diri Penggemar K-Pop Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab Dan Dakwah IAIN Parepare* [Skripsi sarjana, IAIN Parepare]. <https://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/3214/>
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (Edisi ke-4). SAGE Publications.
- Fitria, K. (2022). Sebuah Kajian Ethnografi Digital Pada Keterlibatan Fandom *K-Pop* Dengan Isu Sosial Di Media Sosial. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 6(2), 458-469. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v6i2.16299.2022>
- Fuschillo, G. (2020). Fans, fandoms, or fanaticism? *Journal of Consumer Culture*, 20(3), 347-365. <https://doi.org/10.1177/1469540518773822>
- Goffman, E. (1963). *Stigma: Notes on the management of spoiled identity*. Prentice-Hall.
- Kim, J., Jung, S., Roh, J., & Choi, H. (2021). Success factors and sustainability of the *K-Pop* industry: A structural equation model and fuzzy set analysis. *Sustainability*, 13(11), 5927. <https://doi.org/10.3390/su13115927>
- Laelatunni'am. (2023, 21 Agustus). Komunitas Pecinta BTS Army Lombok Gelar 'Army Colourfun Day'. *Tribun Lombok*. <https://lombok.tribunnews.com/2023/08/21/komunitas-pecinta-bts-army-lombok-gelar-army-colourfun-day>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook*. SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2015). *Metode penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Novanto, & Bayu, A. (2017). *Stigmatisasi masyarakat pada kelompok tunawisma (Studi pada masyarakat di Kelurahan Kasin-Kecamatan Klojen-Kota Malang)* [Skripsi sarjana, Universitas Brawijaya]. Repository Universitas Brawijaya. <http://repository.ub.ac.id/986/>

Silfia, I., & Kurniawan, R. (2022). Stigma media terhadap fandom perempuan dalam pemberitaan penggemar K-Pop. *Jurnal Komunikasi*, 17(1), 1-16.
<https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol17.iss1.art1>

Yusuf, A. M. (2014). *Metode penelitian*. Kencana Prenadamedia Group.