

Tren Budaya Kpop di Kalangan Remaja Indonesia : **BYS Meal** Hingga Fanatisme

Globalisasi merupakan sebuah fenomena dimana terjadi keterkaitan dan ketergantungan antarnegara dan manusia di seluruh dunia melalui berbagai bentuk, seperti perdagangan, investasi, perjalanan, budaya populer, dan juga dalam bentuk-bentuk interaksi lain yang menyebabkan hilangnya atau menyempitnya batas-batas antarnegara (Musa, 2015). Salah satu fenomena globalisasi di Indonesia dalam bentuk interaksi budaya adalah masuknya berbagai kebudayaan Korea Selatan di Indonesia. Budaya Korea yang masuk ke Indonesia ini sangatlah beragam, mulai dari musik, makanan, serial drama, film, dan lain sebagainya. Bukan hanya memasuki negara Indonesia, tetapi budaya Korea ini juga meluas hingga dunia global. Menurut Fachrosi, dkk. (2020), merebaknya budaya Korea pada tingkat dunia biasa disebut dengan *Korean wave* yang kemudian juga merambah pada isu internasional serta globalisasi di tingkat dunia. Isu *Korean wave* ini telah masuk ke Indonesia pada tahun 2004 dan hingga kini antusiasmenya masih sangat besar, terutama pada kawula muda maupun remaja wanita. Hal ini menyebabkan budaya Korea dengan mudah diterima dan berkembang di tengah masyarakat Indonesia.

Budaya Korea memiliki pengaruh kuat terhadap berbagai aspek kehidupan sehari-hari, mulai dari selera musik, tampilan atau *fashion*, makanan, dan lain sebagainya. Musik dari budaya Korea yang paling banyak dikenal adalah musik bergenre pop, yang biasa disebut dengan Korean pop atau K-Pop. K-Pop sendiri identik dengan adanya *girlband* dan *boyband* yang merupakan sekumpulan perempuan maupun laki-laki yang berada dibawah suatu manajemen atau agensi. Beberapa contoh *girlband* dan *boyband* Korea antara lain Super Junior, Blackpink, EXO, TWICE, ITZY, NCT, TXT, serta *Bangtan Boys* (BTS) yang akhir-akhir ini sedang populer. Dilansir dari matamatamusik.com, BTS menduduki posisi puncak untuk *boyband* K-Pop terpopuler edisi bulan April 2021 dan telah bertahan pada posisi ini selama 35 bulan. *Boyband* ini juga memiliki perkumpulan *fans* yang sangat besar, bahkan cakupannya hingga tingkat internasional, yang disebut dengan ARMY (*Adorable Representative MC for Youth*). Dilansir dari kompas.com, Sebutan ARMY diresmikan pada 9 Juli 2013 silam sebagai nama fandom BTS.



Gambar personel *boyband* Korea BTS

Sumber: <https://id.wikipedia.org/wiki/BTS>

Kesenangan seseorang terhadap idola atau sebagai *fans* kerap kali menimbulkan berbagai dampak negatif maupun positif. *Fans* seringkali dihubungkan dengan asumsi bahwa mereka berkaitan erat dengan fanatisme. Menurut Mutaali dan Prastiti (2019), fanatisme dapat diartikan sebagai suatu keyakinan terhadap objek fanatik yang sering dikaitkan dengan sesuatu atau rasa senang yang berlebihan pada suatu objek, dimana sikap fanatik ini biasa ditunjukkan melalui antusiasme terhadap objek yang ekstrem, emosi, minat yang berlebihan dalam waktu lama, serta seringkali menganggap hal yang mereka yakini merupakan hal yang paling benar.

Penggemar *boyband* maupun *girlband* seringkali memiliki anggapan negatif dari masyarakat. Mereka dipandang terlalu mengagung-agungkan sang idola dan dalam hal ini menganggap budaya Korea lebih unggul dibandingkan yang lain, bahkan budaya Indonesia sendiri. Mereka dengan bangga menirukan tarian-tarian atau *dance* dari *girlband* maupun *boyband* kesayangan mereka. Sayangnya, sedikit ditemui kawula muda yang bangga akan tarian tradisional sebagai identitas dan budaya bangsa sendiri. Keadaan ini cukup memprihatinkan dan dapat berakibat pada luntarnya budaya asli suatu negara. Selain itu, perilaku fanatisme penggemar K-Pop juga dapat mendorong mereka untuk melakukan berbagai hal, seperti berusaha untuk meniru idola mereka, menyukai secara berlebihan sebagai penggemar, membeli bermacam pernik-pernik idola dan membeli kaset/album melampaui kemampuan ekonomi mereka, serta rela melakukan berbagai hal untuk mendukung sang idola (Fachrosi, dkk., 2020). Hal tersebut juga dapat mendorong ke arah negatif berupa pemborosan. *Fans* rela menghambur-hamburkan uang untuk membeli album, pernik-pernik, dan berbagai hal lain yang jumlahnya tidak murah dengan kisaran ratusan ribu hingga jutaan rupiah. Fanatisme terhadap suatu idola juga dapat menyebabkan keinginan untuk memiliki

bahkan “halu” secara berlebihan. Sering kita temui, terutama pada kawula remaja wanita, yang mengaku sebagai pacar bahkan istri dari sang idola mereka. Hal ini dinilai cukup wajar jika hanya digunakan sebagai bahan bercanda, namun memiliki dampak negatif jika berlebihan.



Gambar paket *BTS Meals*

Sumber: dok. McDonalds Indonesia, diambil dari <https://food.detik.com/info-kuliner/d-5600277/5-fakta-penjualan-perdana-bts-meal-yang-bikin-heboh-di-indonesia>

Salah satu bukti nyata besarnya pengaruh budaya Korea dan besarnya *fans* dari salah satu *boyband* terkenal asal Korea Selatan BTS adalah pada peluncuran menu baru “BTS Meal” yang sangat heboh di Indonesia. Munculnya menu baru ini berasal dari perusahaan *fast food* asal Amerika, yaitu McDonald’s. McDonald’s meluncurkan menu baru ini sebagai hasil kolaborasi dengan BTS. Kehadiran menu BTS Meal ini sangat menghebohkan Indonesia, terutama fandom BTS atau ARMY. Telah kita ketahui sendiri bahwa *fans* dari BTS dan anggota ARMY di Indonesia sangatlah banyak. McDonald’s sendiri merilis perdana menu ini pada 9 Juni 2021. Dilansir dari [kompas.com](https://www.kompas.com), hampir semua gerai McDonald’s seluruh Indonesia ramai didatangi oleh ARMY maupun para *driver* ojek *online* dengan layanan GoFood, GrabFood, maupun ShopeeFood. Mereka bahkan rela mengantri berjam-jam di tengah kerumunan antrian yang ramai, terlebih di tengah kondisi pandemi saat ini. Hal ini menunjukkan betapa besar partisipasi, minat, dan dukungan dari para *fans* terhadap BTS. Selain itu, hal ini dapat dikarenakan oleh rasa minat dan penasaran masyarakat akan paket menu ini dan

alasan bahwa menu ini hanya tersedia sementara, yakni tersedia selama 4 minggu dari rilis perdananya. Karena banyaknya antrian di gerai McDonald's, sistem pemesanan *online* bahkan sempat dihentikan. Selain itu, terdapat beberapa gerai McDonald's yang turut disegel oleh pihak kepolisian karena dianggap melanggar protokol kesehatan pandemi COVID-19. Menu BTS Meals ini merupakan paket yang terdiri atas 9 pcs *Chicken McNugget*, *French Fries*, *Cola*, dan dua jenis saus yaitu *Cajun* dan *Sweet Chilli*. Paket ini dikemas dalam kemasan spesial dengan nuansa ungu serta terdapat logo BTS. Karena dinilai spesial, banyak dari konsumen BTS Meals menjual kemasan dari BTS Meals di berbagai lapak *online shop* dengan harga hingga ratusan ribu rupiah demi meraup keuntungan pribadi.



Gambar kondisi antrian pengemudi ojek online untuk membeli BTS Meal di restoran McDonald's cabang Bogor, Jawa Barat.

Sumber: <https://www.bbc.com/indonesia/majalah-57423148>

Disamping itu, menjadi penggemar idol maupun menjadi bagian perkumpulan *fans* atau fandom juga memiliki berbagai dampak positif. Menurut Adinda dkk, (2018), dampak positif bagi diri sendiri yaitu segala sesuatu yang dapat diyakini dan disukai akan memberi rasa kecintaan dan semangat hidup yang lebih pada seseorang, memiliki rasa cinta, kasih sayang, dan bertahan. Oleh karena itu, dapat memicu semangat dan motivasi dalam diri seorang *fan*. Selain itu, sekumpulan orang dengan idola yang sama dapat menimbulkan keterikatan tersendiri dan ada rasa untuk saling merangkul satu dengan yang lainnya. Hal ini dapat menciptakan rasa solidaritas, toleransi, saling menghargai, saling tolong menolong, dan saling mendukung, sehingga dapat mengurangi adanya potensi konflik sosial dalam masyarakat. Hal ini selaras dengan

hasil penelitian yang dilakukan oleh Setyarsih (2016), bahwa terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara fanatisme atau kecintaan terhadap idola dengan solidaritas yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi fanatisme maka semakin tinggi juga tingkat solidaritas antaranggota. Kebersamaan dan keterikatan tersebut juga dapat mendorong lahirnya inovasi dan ide-ide positif yang tidak hanya berdampak pada internal komunitas, namun juga dapat berdampak luas kepada masyarakat. Sebagai contohnya adalah saat fenomena hebohnya BTS Meal, dimana komunitas *fans* BTS atau ARMY menggalang dana bersama-sama untuk memberi bantuan kepada para pengendara ojek online yang telah berusaha mengantri dan mendedikasikan waktunya untuk mendapatkan pesanan BTS Meal. Dilansir dari [kompas.com](https://www.kompas.com), penggalangan dana dilakukan melalui Kitabisa dan hingga hari Jumat, 11 Juni 2021 pukul 09.28 WIB telah terdapat 11.055 yang berdonasi dengan uang yang terkumpul mencapai kisaran 252 juta rupiah. Dana tersebut kemudian disalurkan kepada pengendara ojek *online* dalam bentuk makanan gratis atau sembako.

Segala sesuatu yang berlebihan tentu tidak baik untuk diri sendiri maupun orang lain. Kekaguman dan menyukai karya ataupun seseorang, terkhusus idola, merupakan hal yang wajar dialami. Akan tetapi, kesenangan tersebut harus memiliki batas, tidak terlalu berlebihan, dan imbang dengan hal lainnya. Menyukai budaya Korea merupakan hal yang sah-sah saja, namun jangan melupakan bahwa kita adalah Indonesia. Sebagai masyarakat Indonesia, kita juga harus berperan dalam pengembangan budaya kita sendiri agar tetap lestari dan tidak tergerus oleh perkembangan zaman dan globalisasi saat ini.